



OEI

Organización de Estados
Iberoamericanos

Organização de Estados
Ibero-americanos

ESTUDIO

Intercambio de bienes y servicios de las industrias creativas entre Argentina y España



Andrés Gribnicow

COLABORADOR ESPECIAL
Gerardo Sánchez Katz

Buenos Aires, febrero 2023



OEI

OEI – ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS IBEROAMERICANOS

Estudio: “Intercambio de industrias creativas entre Argentina y España”

Andrés Gribnicow

Colaborador especial: Gerardo Sánchez Katz

Buenos Aires, febrero 2023



**Organización de Estados
Iberoamericanos**

Organização de Estados
Ibero-americanos

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
2.1. Objetivo general	4
2.2. Objetivos específicos	4
3. Antecedentes y marco normativo vigente	5
3.1. Argentina y España, una larga tradición de intercambio cultural	5
3.2. Convenio de Cooperación Cultural entre España y Argentina (2017)	9
3.3. Movilidad de artistas entre España y Argentina	10
4. El intercambio en cifras	12
4.1. Notas metodológicas	12
4.2. Principales tendencias del comercio exterior de IICC	13
4.3. Intercambio de bienes y servicios culturales entre Argentina y España	16
4.3.1. Bienes	16
4.3.2. Servicios	19
5. Experiencias destacadas	21
5.1. Editorial	22
5.2. Artes Escénicas	23
5.3. Música	25
5.4. Artes visuales	26
5.5. Audiovisual	28
5.6. Multidisciplinarios	30
6. Conclusiones	32
7. Recomendaciones	33
8. Bibliografía y otras fuentes de consulta	39
8.1. Bibliografía general	39
8.2. Documentos consultados	39
8.3. Artículos en línea	40
8.4. Bibliografía descargable	40

1. Introducción

La cultura, en su aspecto económico y como actividad productora de bienes y servicios de valor simbólico y comercial, tiene la posibilidad de crear puestos de trabajo y dinamizar la economía de un país. Es este el espacio para el desarrollo de la llamada “economía creativa”, que representa una gran riqueza basada en el talento, la propiedad intelectual y la herencia cultural de cada región, y que abarca esencialmente las actividades productivas de la industria cultural en sus distintas disciplinas: artes escénicas y espectáculos artísticos, artes visuales, libros y publicaciones, audiovisual, diseño, música, patrimonio material, formación cultural, contenido digital y servicios de publicidad. En este sentido, según la UNESCO, “la cultura y la creatividad constituyen el 3,1 % del Producto Interior Bruto (PIB) mundial y el 6,2 % del total del empleo. El valor de las exportaciones de bienes y servicios culturales se ha duplicado con respecto a 2005, hasta alcanzar 389 100 millones de dólares en 2019”¹. Según las estimaciones disponibles, en América Latina y Caribe, representan entre el 2% y el 4% del PIB y dan empleo a 1,9 millones de personas en la región. Esta relevancia del sector cultural como área estratégica en el plano económico, ha provocado una mayor atención por parte de los tomadores de decisión en el ámbito de las políticas públicas, para facilitar la sostenibilidad del sector creativo con políticas públicas de fomento de la oferta y la demanda de servicios culturales y creativos y la capacitación de su mercado laboral, orientadas a mejorar las condiciones para su desarrollo. En este contexto, el intercambio de bienes y servicios provenientes de las industrias culturales entre países de la región resulta de gran relevancia, ya que la circulación de contenidos y la movilidad de nuestros artistas enriquecen el diálogo multicultural de Iberoamérica a la vez que generan desarrollo económico.

Desde esta perspectiva -y contando con una amplia tradición de intercambio cultural entre los países de Argentina y España-, el presente estudio se orienta a reunir y organizar información que concentre datos sobre transacciones comerciales de bienes y servicios de las industrias creativas entre ambos países. A la vez, nos proponemos identificar casos concretos de exportación de talento argentino a España, de importación de talento español a la Argentina y, por último, de coproducciones culturales entre ambos países, todas acciones orientadas a fortalecer el vínculo cultural entre ambas naciones y sus respectivas comunidades.

Cabe señalar que la ya mencionada tradición de intercambio cultural entre Argentina y España viene comportándose de forma decreciente en los últimos años. Esto se debe, fundamentalmente, al cambio en los modos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios creativos debido al surgimiento de las nuevas tecnologías que han reconfigurado el mapa del sector y su modelo de negocios. Así es como a partir del diagnóstico que se plantea en las conclusiones de esta investigación, surgen una serie de recomendaciones para quienes están al frente del diseño e implementación de políticas públicas.

Estamos convencidos que un documento de este tipo resulta necesario para cumplir con el objetivo de promover los diálogos interculturales entre Argentina y España a la vez que fortalece los lazos entre ambos países. Un aporte más de la OEI, que se destaca por impulsar la identificación de datos, la clasificación información y el relevamiento de este tipo de experiencias que enriquecen las diversas expresiones culturales de Iberoamérica y amplían el ámbito para el desarrollo de nuestros creadores.

¹ Repensar las políticas para la creatividad, UNESCO, 2022.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

- Identificar, caracterizar y analizar los recientes intercambios de industrias creativas entre los países de España y Argentina, entendiendo éstos como la circulación de bienes y servicios culturales por ambos países a la vez que las coproducciones binacionales realizadas durante los últimos 5 años.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar acuerdos de cooperación, tratados y políticas públicas que den marco institucional y a la vez promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios de las industrias creativas entre España y Argentina.
- Clasificar datos e información referida a exportaciones e importaciones que den cuenta del intercambio comercial y cultural entre ambos países realizados recientemente (últimos 5 años aproximadamente).
- Identificar y presentar experiencias de intercambio de industrias creativas entre España y Argentina que den cuenta de un diálogo robusto y fructífero entre ambos países.
- Proponer recomendaciones para el diseño de políticas públicas que ayuden a fortalecer el intercambio cultural entre Argentina y España y de esta forma mejorar la cantidad y calidad de la circulación de bienes y servicios de las industrias creativas como así también la movilidad de los artistas de ambos países.

3. Antecedentes y marco normativo vigente

3.1. Argentina y España, una larga tradición de intercambio cultural

El comercio editorial entre Argentina y España tiene una larga data e importancia que se remontan al nacimiento mismo de Argentina como un país independiente en el que ya se registraban intercambios de prensa escrita, a la venta de revistas a principios del Siglo XX y a la participación activa en la profesionalización de la actividad por parte de editores españoles en lo que fue el primer auge internacional de la industria editorial argentina que inició a mediados de los años 1930. De hecho, si nos concentramos en el flujo de los últimos años, la importancia del sector de libros y publicaciones es evidente y altamente representativa dentro del universo de transacciones de bienes culturales entre ambos países. Como veremos más adelante, durante el período que abarca los años 2017-2021 el sector del libro explicó en promedio el 91% de las exportaciones de bienes culturales de Argentina a España y el 95% de las importaciones.

En relación a la música, veremos más adelante en el apartado de experiencias destacadas, algunos casos que evidencian el vínculo emocional y la empatía musical entre España y Argentina. Este fenómeno, que viene de larga data, es analizado profundamente por las autoras y recopiladoras Beatriz Martínez del Fresno y Gemma Pérez Zalduondo en su libro **Música y danza entre España y América (1930-1960): Diplomacia, intercambios y transferencias (2021)**², en el que consideran a la música como parte de los procesos culturales y a partir del cual han realizado el estudio de las expresiones sonoras en relación con identidades, memorias, imaginarios, exilios y migraciones. De acuerdo a su descripción, "...el interés por la coexistencia de géneros académicos y populares y la pluralidad de perspectivas se proyectan en este volumen colectivo, que pone el foco en los tránsitos, intercambios y transferencias no solo de música, sino también de danza, efectuados a lo largo del segundo tercio del siglo XX entre España y América (Estados Unidos, México, Cuba, Chile, Argentina y Uruguay). Las dimensiones diplomáticas y propagandísticas de tales intercambios constituyen una de las ideas fuerza de la monografía en la que dieciocho especialistas de universidades españolas y americanas estudian tanto discursos, espacios, repertorios, intérpretes y compañías como instituciones y agentes que participaron en la recepción, todo ello sin perder de vista los avances de la musicología internacional en cuanto al papel de la música y la danza en los regímenes dictatoriales y en espacios de conflicto, así como en los procesos de protesta y disidencia, vectores bien presentes en la historia del periodo estudiado. Los imaginarios construidos en ambas orillas, con especial atención a la hispanidad, son examinados igualmente en este libro". Así es como, sobre la base histórica que la sustenta, la música es hoy un sector de plena vigencia en los intercambios culturales entre España y Argentina, tanto en su formato en vivo como en la escucha. En cuanto a la escucha, si bien la misma se ha incrementado a partir del surgimiento de las plataformas de streaming, como veremos más adelante ésta no se encuentra registrada dentro de las transacciones entre ambos países debido al origen mismo de las plataformas que las transmiten, que en su mayor proporción son empresas de Estados Unidos.

Respecto al teatro, resulta interesante lo abordado por el Grupo de Estudios de Teatro Argentino e Iberoamericano en un estudio publicado bajo el título "**Dos escenarios, Intercambio teatral entre España y Argentina**" (Galerna, 2006)³ que como bien lo indica su título, estudia las relaciones del teatro argentino con el teatro español. "Ya en el siglo XIX, por obvios motivos históricos, se estableció un vínculo que durante el siglo siguiente, si bien pasó por distintas

² Música y danza entre España y América (1930-1960): Diplomacia, intercambios y transferencias, Martínez del Fresno, Beatriz; Pérez Zalduondo, Gemma, Fondo de Cultura Económica de España, 2021.

³ Dos escenarios, Intercambio teatral entre España y Argentina, Osvaldo Pellettieri (Dir.), Galerna, 2006.

etapas, con una primera época en la que predominó la recepción argentina del teatro español, en la década pasada y los años transcurridos de la presente sufrió un proceso de nivelación y tendió a profundizarse. Nos han ligado teatristas y recurrentes textos y lugares familiares, dando por resultado una mezcla cultural evidente en todos los niveles del fenómeno teatral”, dice Osvaldo Pellettieri en su texto introductorio. En esta publicación se han reunido trabajos que tratan acerca de temas y personalidades que tuvieron especial relevancia en la creación de esos lazos. Por un lado, los trabajos abordan el fenómeno de la circulación y recepción del teatro español en Buenos Aires y del teatro argentino en España, donde se exponen las relaciones entre teatristas y textos españoles en la Argentina y de textos y teatristas argentinos en España y su contexto de producción, su circulación y la recepción del público. Se destaca aquí la problemática que implica la transmisión y adaptación de ideologías estéticas y de poéticas de una cultura a otra y de la creación de nuevos significados por parte de una comunidad de intérpretes diversa. Por el otro lado, en cuanto a las relaciones entre el teatro español y el teatro argentino, los trabajos evidencian señalan las conexiones entre la escena española y la argentina, su intertextualidad y sus diferencias en distintos momentos de la evolución teatral de ambos países. Desde el sainete español al sainete criollo como elementos constituyentes de la representación de lo popular, los actores españoles en Buenos Aires hacia los comienzos del siglo XX años en los que se multiplicaron las compañías extranjeras visitantes en la plaza teatral porteña a la vez que surgían las locales-, hasta figuras como José Echegaray, María Guerrero, Rafael Alberti, Alejandro Casona y Margarita Xirgu -todos elementos definiendo la llamada “cultura nacional”, las prácticas artísticas y las instituciones oficiales- resuenan en este estudio que a través de sus distintos artículos entrecruza nociones sobre la teoría, la práctica, la obra dramática, el texto teatral, su interpretación y su recepción, y describe el sistema y sus transformaciones constituyendo un aporte concreto al diálogo entre España y Argentina que hoy se encuentra en plena vigencia. Como veremos más adelante, según datos de la Sociedad General de Autores de Argentina (Argentores), el 26% de los 1274 títulos de autores argentinos que se exhibieron en el exterior entre 2013 y 2018, se representaron en España, ocupando el segundo lugar luego de Uruguay, país donde se representó el 41% de esas obras. Como contrapartida, entre 2013 y 2018 se exhibieron en Argentina 601 obras de origen extranjero, entre las cuales el 60% fueron de españolas.

En relación al sector audiovisual, un estudio que analiza esta temática titulado **“Producción, Coproducción e Intercambio de Cine entre España, América Latina y el Caribe” (2006)**⁴ da tratamiento a la coproducción cinematográfica como estrategia para el desarrollo audiovisual. A la vez, estas variantes de intercambio, avaladas por legislaciones y normativas oficiales, representan para España una fuente notable de apertura cultural, renovación del repertorio temático de su cine, y ensanchamiento del horizonte estético de su cultura. De acuerdo a lo mencionado en la citada investigación “En la década de los 90, como parte de las políticas orientadas entre otras cosas a incrementar el intercambio cultural, comenzó a desarrollarse la práctica de reuniones de ministros y responsables de cultura de Iberoamérica, y también las denominadas Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno. La primera de estas tuvo lugar en Guadalajara, México, en Julio de 1991 y destacó entre sus ejes temáticos el referido a Educación y Cultura. En la III Cumbre de Julio de 1993, efectuada en Salvador de Bahía, Brasil, se incorporó en este tipo de encuentros el tema de la coproducción cinematográfica. Estos avances fueron producto, también, de la labor intensa que desarrollaron los organismos cinematográficos nacionales de la región, particularmente los de Argentina, Brasil y España, para encontrar formas de cooperación regional que permitiesen afrontar los nuevos desafíos de la industria y la cultura audiovisual iberoamericana. De ese modo, a lo largo

⁴ Producción, Coproducción e Intercambio de Cine entre España, América Latina y el Caribe, Ruffo Caballero (Coord.), Fundación Carolina CeALCI, 2006.

de los años se produjeron sucesivos encuentros de responsables del cine iberoamericano, orientados a definir acuerdos de integración que atendiesen de manera particular los temas del mercado común regional y de las coproducciones. Un primer producto de la nueva etapa de las relaciones de España y América Latina fue la presencia del ICAA en el Foro Iberoamericano de Integración Cinematográfica celebrado en Caracas, Venezuela, en Noviembre de 1989, con delegaciones oficiales de Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Portugal, República Dominicana y Venezuela. En esta reunión se firman: el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica y el Acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano. En el Artículo 1º del Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, los países firmantes, entre los cuales figuran España y Argentina, se comprometieron a “contribuir al desarrollo de la cinematografía dentro del espacio audiovisual de los países iberoamericanos y a la integración de los referidos países mediante una participación equitativa en la actividad cinematográfica regional”. Entre los artículos 16 y 23 del mismo Convenio se establece el estatuto jurídico del organismo que se crea denominado Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), máxima instancia de ejecución del Convenio. Con altos y bajos la CACI (hoy CAACI al habersele añadido el término “audiovisual”) mantuvo operativa en todo momento a su secretaría ejecutiva y con ella conservaron vivo el espíritu de los tratados. y la participación de sus países miembros. Posteriormente, se logra la aprobación del Fondo IBERMEDIA aprobado por la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. España es uno de los principales países europeos productores de películas. Su nivel de producción viene consolidándose en los últimos años gracias a la legislación vigente a favor de los productores, de un mayor apoyo por parte de la televisión pública y de una estrecha colaboración interinstitucional entre los sectores empresariales y gubernamentales. Otros factores que inciden en esta consolidación son el refuerzo de los programas de coproducción y cooperación internacional, una mayor aceptación del público español de las películas nacionales y un mayor reconocimiento del interés y la calidad del cine español en los mercados internacionales. La producción cinematográfica de América Latina y el Caribe se concentra principalmente en México, Argentina y Brasil, oscilando (para los años 2000-2004) entre 64 y 92 largometrajes por año en México, entre 50 y 55 en Argentina y entre 35 y 45 en Brasil. Chile se viene perfilando como el cuarto país en importancia, con entre 10 y 15 largometrajes por año. La actividad productiva es sensiblemente menor en los otros países. Una larga y sostenida tradición de coproducciones entre España y distintos países de América Latina que arranca en 1948 y llega, con renovado vigor, hasta la actualidad, constituye un crucial capítulo en la historia de los comunes anhelos por conformar un gran mercado cinematográfico hispano parlante y asegurar una fluida circulación de los productos fílmicos a ambos lados del Atlántico. En una consideración global resulta, pues, evidente que la aceptación de esta fórmula de cooperación cinematográfica entre España y América Latina ha ido constantemente en aumento: 1 film en los años 40, 42 en los cincuenta, 68 en los sesenta, 84 en los setenta, 66 en los ochenta, 126 en los noventa y 56 tan solo en el bienio 2001 – 2002 hablan a las claras en este sentido. Los principales países que en América Latina coproducen con España son Argentina y México, aunque en el período estudiado (2000 – 2004), las relaciones con Argentina se han fortalecido e intensificado mucho más que con las productoras mexicanas. Entre Argentina y México concentran el 59.8 % de la coproducción de España con América Latina (2000 – 2004). Entre las películas latinoamericanas con mayor recaudación en el mercado español durante el período que abarca el presente estudio, aparecen las siguientes coproducciones de Argentina: El hijo de la novia, con 7.230.430 Euros: Kamchatka, con 2.983.346; Tapas, con 3.736.666 y No sos vos, soy yo, con 2.791.112. Entre las que sobrepasaron el millón de euros encontramos: Almejas y Mejillones; Lugares comunes; Diarios de motocicleta; Luna de Avellaneda y Roma. Esta importancia a la que vale la pena referirse, no radica sólo en las cifras y valores tangibles que representa cada mercado, sino en la posibilidad de desarrollar procesos de intercambio cultural y de afirmación de los imaginarios colectivos que pueden estar

presentes en las obras cinematográficas. En este sentido, es evidente que los acuerdos de coproducción entre los países iberoamericanos siguen siendo una de las principales variantes para el mantenimiento y eventual desarrollo de las actividades cinematográficas tanto en América Latina como en España. Tal como señala el productor y director español Gerardo Herrero, “el cine español debe afrontar una doble apuesta: una mayor presencia en las pantallas de Latinoamérica, y la conformación de un régimen de coproducciones que dé continuidad al trabajo con este continente. Con la excepción de Argentina, nuestra presencia en las pantallas de Latinoamérica es muy escasa. La industria española debe aceptar el reto de colocar nuestras 26 producciones en el mercado culturalmente más afín. Estoy absolutamente convencido de que tenemos un hueco y muchas posibilidades”.

En el contexto estudiado corresponde destacar la presencia del Programa IBERMEDIA que fue aprobado en la V Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, realizada en San Carlos de Bariloche, Argentina, en Octubre de 1995. La actividad del Programa – concebido de alguna manera a partir de la experiencia del Programa Media de la Unión Europea – comenzó a hacerse efectiva a través del llamado Fondo IBERMEDIA, creado en 1998 con los aportes de nueve países iberoamericanos; Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Portugal, Uruguay y Venezuela, a los que se sumaron tiempo después Bolivia, Chile, Panamá, Perú y Puerto Rico. El Fondo ha contribuido, especialmente a partir del año 2000, al incremento del número de producciones y coproducciones dentro de la propia subregión o con otros países, incluido España. Los créditos que otorga IBERMEDIA, prácticamente subsidiados, se han convertido en uno de los principales estímulos para negociar eventuales coproducciones entre países de la propia región, o de ésta con empresas públicas o privadas de otras regiones. En este sentido, aunque los fondos adjudicados no modifican sustancialmente los niveles de producción de los países más desarrollados, se han convertido en un recurso indispensable para sostener o acrecentar la mayor parte de la producción de los de menor desarrollo. Mientras que en los países europeos el apoyo de la televisión estatal fue históricamente indispensable para la sobrevivencia y desarrollo de las cinematografías nacionales, en América Latina los sistemas televisivos públicos y privados han destacado – también históricamente – su desinterés por intervenir a favor de la actividad cinematográfica local. Recién en los años 90 en países como Argentina o Brasil aparece el interés de los nuevos o viejos conglomerados multimediáticos, para incursionar en la coproducción de películas, las que en algunos casos – muy pocos – tuvieron su contraparte en empresas productoras de cine o canales de televisión de España o de otras naciones europeas. En cambio la legislación española obliga a las emisoras televisivas de dicho país a destinar parte de sus presupuestos a la adquisición de derechos de antena o a la producción de películas, con lo cual, televisión y cine mantienen una relación mucho más efectiva e intensa que la que es común en los países latinoamericanos. En cuanto a contrataciones de filmes de largometraje, TVE contabilizó durante el período 2000-2004 un total de 64 títulos. La mitad de los mismos correspondió a películas coproducidas por Argentina con España, entre las que se incluyen dos filmes en los que participó México; otros dos donde intervino Brasil, y dos más, uno con Uruguay y otro con Cuba, en coproducciones tripartitas. Aun cuando la coproducción representa la más determinante de las iniciativas que engrosan el intercambio sociocultural entre España y Latinoamérica, existen otras tantas experiencias que nutren esa estrategia y esa voluntad de colaboración. La Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, y el Programa de ayudas para la formación de profesionales iberoamericanos de la cultura, a cargo del Ministerio de Cultura español, en el que también se incluye la presencia del sector audiovisual, facilitan por medio de becas la formación de profesionales, técnicos y creadores. La AECI, a la vez, convoca anualmente el programa Ayudas a la Creación Audiovisual con el objetivo de contribuir al desarrollo de proyectos audiovisuales en el ámbito iberoamericano. La Fundación Carolina ofrece becas para el Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos, convocado conjuntamente con Casa de América, la Fundación Autor (SGAE) y la Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA), y el propio Programa IBERMEDIA.

En la actualidad, y al igual que sucede con la música, el surgimiento de las plataformas ha transformado en los últimos años el modelo de producción y distribución de contenidos audiovisuales. Como veremos más adelante en cifras que analizan el período entre los años 2017 y 2021, si bien en la actualidad el flujo comercial de servicios entre Argentina y España es más importante que el de bienes, no se registran dentro del comercio de servicios la compra o la venta de servicios digitales audiovisuales (streaming). Más del 90% del valor de productos audiovisuales son comprados a Estados Unidos de donde provienen las principales plataformas audiovisuales on demand del mercado mundial y debido a esto es que no se identifican a España y Argentina como países productores.

Todos los países de Centroamérica cuentan con una instancia de cooperación española, que funciona de manera regular, ya sea como centro cultural o como oficina técnica. Dichas entidades ofrecen apoyo a las actividades culturales de cada país y difunden la cultura hispana en la región. En Argentina, el Centro Cultural España en Buenos Aires (CCEBA) se caracteriza por haberse consolidado desde hace años como un eslabón fundamental del ecosistema cultural argentino. En numerosos casos, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) ha colaborado con dinero en efectivo a la producción de proyectos audiovisuales, editoriales, de las artes escénicas, la música y las artes visuales, entre otros. A nivel regional, si bien el camino de integración de la cultura iberoamericana se encuentra marchando con acciones concretas, aún queda todavía mucho por hacer, y la Argentina no está exenta de este desafío.

Existen algunos instrumentos que dan marco institucional al intercambio cultural entre España y Argentina y que funcionan como plataforma para acuerdos y transacciones de bienes y servicios creativos entre ambos países. Hablaremos aquí del Convenio de Cooperación Cultural celebrado entre España y Argentina en 2017 y de las disposiciones que ambos países tienen en relación al sistema de visado de artistas, elemento esencial para su movilidad que facilita el intercambio.

3.2. Convenio de Cooperación Cultural entre España y Argentina (2017)

El Convenio de Cooperación Cultural celebrado entre la República Argentina y el Reino de España el 23 de febrero de 2017 para fortalecer la cooperación bilateral en las áreas de cultura, representa una oportunidad para el impulso de nuevos intercambios culturales entre ambos países. En su “Artículo XIII – Cooperación Cinematográfica”, se establece que “Las Partes promoverán la cooperación en el campo de la cinematografía mediante el fomento de la presencia de películas de un país en el otro, la organización y el apoyo a muestras recíprocas de cine, así como la presencia en los principales festivales de cine de ambos países, la coproducción de largometrajes, documentales y películas de animación en el marco de los Convenios bilaterales y multilaterales de ámbito iberoamericano vigentes para ambas Partes. Asimismo, fomentarán los contactos entre cineastas, directores y trabajadores del sector cinematográfico de los dos países, así como el acceso recíproco a los archivos cinematográficos y el intercambio de conocimientos sobre los últimos avances tecnológicos en la materia”. Respecto a los temas de propiedad intelectual, en su “Artículo XIV – Derechos de Propiedad Intelectual”, se establece que “Las Partes colaborarán a través de sus respectivos organismos competentes en el ámbito de la defensa y protección de los derechos de Propiedad Intelectual, mediante el intercambio de información, especialmente en lo relativo a la utilización de las nuevas tecnologías en el área de la cultura, el fortalecimiento de la protección de los derechos de autor y derechos conexos, y a los sistemas de gestión colectiva de estos derechos. Ambas partes se comprometen a colaborar en la investigación que coadyuve a la eliminación de aquellas actividades que vulneran los derechos de propiedad intelectual comprendidos en el ámbito de este Convenio, de

conformidad con la legislación nacional aplicable y los Tratados internacionales vigentes para las Partes. En su “Artículo XV - Industrias culturales”, el mismo establece en su texto que “Las Partes promoverán actividades de apoyo, promoción y difusión de las industrias culturales y creativas de ambas y, en particular, en los campos de la industria editorial, el sector audiovisual, las artes escénicas y la música, la industria discográfica, la arquitectura, el diseño, la moda y el sector del ocio, incluyendo el multimedia y los contenidos digitales”.

Así es como dicho convenio se ha propuesto como “la base y servirá de marco para el desarrollo de acciones de cooperación de interés mutuo, que incluirán la posibilidad de concretar acuerdos e instrumentos específicos entre organismos de ambas partes con competencia en las materias objeto de este Convenio”, según lo planteado en su “Artículo 1 - objeto y marco”.

3.3. Movilidad de artistas entre España y Argentina

En el reciente informe titulado “Repensar las políticas para la creatividad” (UNESCO, 2022), el objetivo 2 postula “lograr intercambios equilibrados de bienes y servicios culturales e incrementar la movilidad de los artistas y profesionales de la cultura”. En su artículo al respecto elaborado por Anupama Sehkar⁵, nos brinda algunos mensajes clave para destacar:

- Los gobiernos y los financiadores comprenden cada vez mejor que la movilidad es una parte fundamental de la trayectoria profesional de los artistas y los profesionales de la cultura.
- Cada vez más Estados, tanto desarrollados como en desarrollo, respaldan la movilidad saliente de los artistas en consonancia con el principio de internacionalización de las artes en las estrategias de política cultural y marcos jurídicos.
- Sigue registrándose una desigualdad mundial persistente en materia de libertad de circulación, debido a la desigualdad en la distribución de la financiación y a normativas complejas en materia de visados.
- En los últimos cuatro años, no se ha aplicado ninguna medida de trato preferente para artistas y profesionales de la cultura de países en desarrollo, salvo algunas acciones que han tenido efectos colaterales positivos pero no planificados. Por consiguiente, la capacidad de los profesionales de la cultura de países en desarrollo para acceder a los mercados de los países desarrollados sigue siendo muy reducida.

El visado de artista representa hoy una barrera para la movilidad de grupos musicales y de las artes escénicas en los países de la región. Los grandes productores de eventos o los grupos pequeños podrían resolver las complicaciones asociadas a la burocracia migratoria y absorber el costo de los visados. Sin embargo, una parte del mundo cultural abandona proyectos de trabajo en otros países por el costo de los visados, deciden realizar las actividades utilizando la herramienta de la libre movilidad como turistas, es decir, realizan su trabajo en un contexto de precariedad legal.

En Argentina, la Disposición Nº 1170-10 concede la residencia transitoria especial el ingreso a aquellos extranjeros que ingresen al Territorio Nacional con el objeto de realizar tareas remuneradas o no, en el campo científico, profesional, técnico, religioso o artístico⁶ mediante un trámite a realizarse ante el Registro Nacional Único de Requirientes Extranjeros (RENURE).

⁵ Repensar las políticas para la creatividad, UNESCO, 2022.

⁶ En Argentina es definido artista aquella persona que haciendo de ello su actividad habitual, componga, adapte, produzca, dirija o intérprete obras de carácter musicales, de danzas, teatrales, cinematográficas, programas de radio y/o televisión, actúe en espectáculos circenses y de variedades o de cualquier otra índole destinada a recrear al público. También se entenderá como tales a los auxiliares de las personas

En España, de acuerdo con la normativa vigente de la Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, así como del Real Decreto 557/2011, los artistas extranjeros cuentan con una excepción a la autorización de trabajo. Los artistas que llegan al país para realizar actuaciones concretas no están obligados a disponer de autorización de trabajo o permiso de trabajo siempre que sus conciertos no superen cinco días continuados o veinte días de actuación en un período inferior a seis meses. La solicitud del visado se realiza en el consulado español o misión diplomática de su demarcación de residencia del artista, o bien en la Oficina de Extranjería provincial si éste es residente en España. Cada oficina consular puede exigir documentación adicional.

Respecto a los trabajadores del sector audiovisual existe una normativa específica a través de la Orden PCM/1238/2021, de 12 de noviembre, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros del 2 de noviembre de 2021, por el que se aprueban las instrucciones por las que se determina el procedimiento de entrada y permanencia de nacionales de terceros países que ejercen actividad en el sector audiovisual. Para los artistas, técnicos y profesionales extranjeros que vayan a ejercer actividades enmarcadas en el sector audiovisual, actividades artísticas ante el público o destinadas a la grabación de cualquier tipo para su difusión por diferentes medios masivos, así como los familiares que acompañan al profesional. Esta autorización será solicitada cuando los profesionales vayan a ejercer una actividad en el sector audiovisual por un periodo superior a 180 días. Si el extranjero se encuentra fuera de España, una vez concedida la autorización de residencia, deberá solicitar el correspondiente visado.

arriba mencionadas y a quien cree o ejecute obras de arte, de escultura, pintura, dibujo o grabado o fotografía con fines de ilustración, decoración o publicidad no comercial, y a sus respectivos auxiliares.

4. El intercambio en cifras

En este apartado se volcarán y analizarán los datos estadísticos del comercio de bienes y servicios culturales entre Argentina y España. En primer lugar, se realizará una breve nota metodológica en la que se define que son los bienes y servicios, cuáles son incluidos como culturales y las fuentes utilizadas. En segundo lugar, se hará un análisis de la evolución del comercio exterior de las IICC en general en las últimas décadas, en las que se sucedieron una serie de cambios, que ayuda a entender el contexto de la evolución del intercambio particular entre Argentina y España. Por último, se analiza con mayor profundidad la evolución del comercio de bienes y servicios culturales entre Argentina y España.

4.1. Notas metodológicas

Dentro del comercio exterior de un país se contabiliza la compra o venta de bienes y servicios que se realizan fuera de las fronteras geográficas del mismo. Esto es, las partes interesadas en transar productos se encuentran ubicadas en distintos países o regiones. Cuando un país compra del exterior se llama importación, que, siguiendo el Código Aduanero Argentino, “es la introducción de cualquier mercadería a un territorio aduanero” y la venta es la exportación, que como contrapartida es “la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero”⁷.

Esas mercaderías pueden ser bienes o servicios, cuyos conceptos es necesario diferenciar. En cuanto a los primeros, nos referimos a productos tangibles, mientras que los segundos corresponden a intangibles. Esta diferencia no solo es importante porque son dos lógicas de comercialización totalmente distintas, sino que es fundamental a la hora de identificar las fuentes de información. En este sentido nuestra principal fuente de información y clasificación es la Cuenta Satélite de Cultura de Argentina⁸ que recoge la información de cada uno de estos ítems de la siguiente manera:

- Los datos de comercio exterior de bienes culturales tienen como fuente la información que elabora la Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo del INDEC con base en los registros de la Aduana.
- Los servicios culturales se miden a través de la información que proporciona la Balanza de Pagos (BP) que estima la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales (DNCI) del INDEC.

Ahora bien, ¿qué bienes y servicios que se comercian a escala mundial son tomados como culturales?. Para determinar esto se sigue la definición otorgada en el Manual Metodológico de Cuentas Satélites de Cultura, elaborado por el Convenio Andrés Bello⁹, cuyo uno de sus propósitos fundamentales es “Determinar los flujos de comercio exterior que afectan a los productos culturales teniendo en cuenta la importancia que pueden tener desde el punto de vista económico como de la preservación de la identidad y la diversidad cultural”. La definición utilizada para clasificar los productos culturales es la siguiente:

⁷ Ley 22415 del Código Aduanero argentino.

⁸ La Cuenta Satélite de Cultura mide la actividad económica cultural en el marco de los Sistemas de Cuentas Nacionales. En el caso de Argentina es elaborada conjuntamente entre el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA) perteneciente al Ministerio de Cultura de la Nación y la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (DNCA) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)

⁹ “Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación”. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008.

“Un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”.

Esta definición permite establecer un recorte dentro de los bienes y servicios, que están enlistados en el mismo manual. En este sentido, la metodología recomienda distinguir dos tipos de bienes y servicios específicos: los bienes y servicios característicos y los bienes y servicios conexos. La primera categoría comprende los productos que son típicamente culturales, como libros, discos y películas. Mientras que dentro de la segunda entran los bienes y servicios culturales que pertenece a una categoría más amplia, ya sea porque intervienen de manera complementaria, o como insumos o capital en el proceso de producción de los bienes característicos.

En este sentido, la evolución del comercio exterior cultural en general y en particular el efectuado entre Argentina y España, son analizados solamente los bienes y servicios característicos. En el caso de los bienes esto se operacionaliza de un modo simple, ya que los bienes son fácilmente identificables dentro de los registros aduaneros. Mientras que en el caso de los servicios se selecciona de la Balanza de Pagos la partida 11.1. “Servicios audiovisuales y conexos” y la partida 4 “Viajes”. La primera se incorpora completamente por considerarse netamente cultural y comprende las transacciones relacionadas con la producción y/o distribución de programas de radio, cine y televisión, y con la producción de espectáculos musicales y teatrales. De la partida “Viajes”, solo se incluye la porción vinculada al consumo audiovisual.

Dentro de los “Servicios audiovisuales y conexos” están incluidas las siguientes actividades:

- Audiovisuales originales (films, discos, programas de radio y TV y grabaciones musicales y sus licencias de uso)
- Licencias de uso de películas, telenovelas, miniseries, manuscritos, grabaciones etc
- Servicios artísticos conexos (servicios de artistas, autores, compositores, escultores, modelos, diseñadores de escenarios, doblaje, promoción de espectáculos, etc)
- Servicios digitales audiovisuales (streaming)

4.2. Principales tendencias del comercio exterior de IICC

El comercio de Servicios ha mostrado un dinamismo muy importante en las últimas décadas. El dinamismo mostrado por los intercambios de Servicios a nivel global supera al crecimiento registrado en el comercio de Bienes. Según la OMC en 1995 las exportaciones totales de Servicios a nivel mundial alcanzaban un total de 1,2 miles de millones de dólares, mientras que para el año 2019 alcanzaban una cifra de poco más de 5 veces superior. Mientras que en el mismo período el flujo comercial de bienes en el mundo creció 3 veces en monto.

Esto provocó que el comercio de servicios no solo creciera en volumen sino en su participación en el comercio mundial. En el año 1995 el comercio de Bienes y Servicios para el total mundial alcanzaba un total aproximado de 6.4 billones de dólares, siendo el comercio de Servicios un monto algo superior al 19% de ese total. En el año 2019 el total del Comercio de Bienes y Servicios era de una cifra cercana a 23 billones de dólares y el Comercio de Servicios daba cuenta de aproximadamente un 26% de ese total.

Este mismo fenómeno, pero con mayor profundidad, puede observarse en las IICC, que a diferencia de lo que ocurrió en comercio global, el dinamismo del comercio de Servicios, impulsado principalmente por los cambios tecnológicos, no fue acompañado por el de los bienes, sino más bien por un retroceso de este. Veamos el caso de Argentina durante los últimos 17 años. De los dos siguientes gráficos puede observarse que en el año 2004 la cifra comercializada total (exportaciones más importaciones) de servicios culturales representaban solamente un 25% más que los bienes comercializados. Mientras que en 2020 esa relación fue

de 9 a 1 y en 2021 4 a 1. Cabe mencionar que esta fluctuación se debe particularmente a ventas extraordinarias de obras de artes, como se verá más adelante.

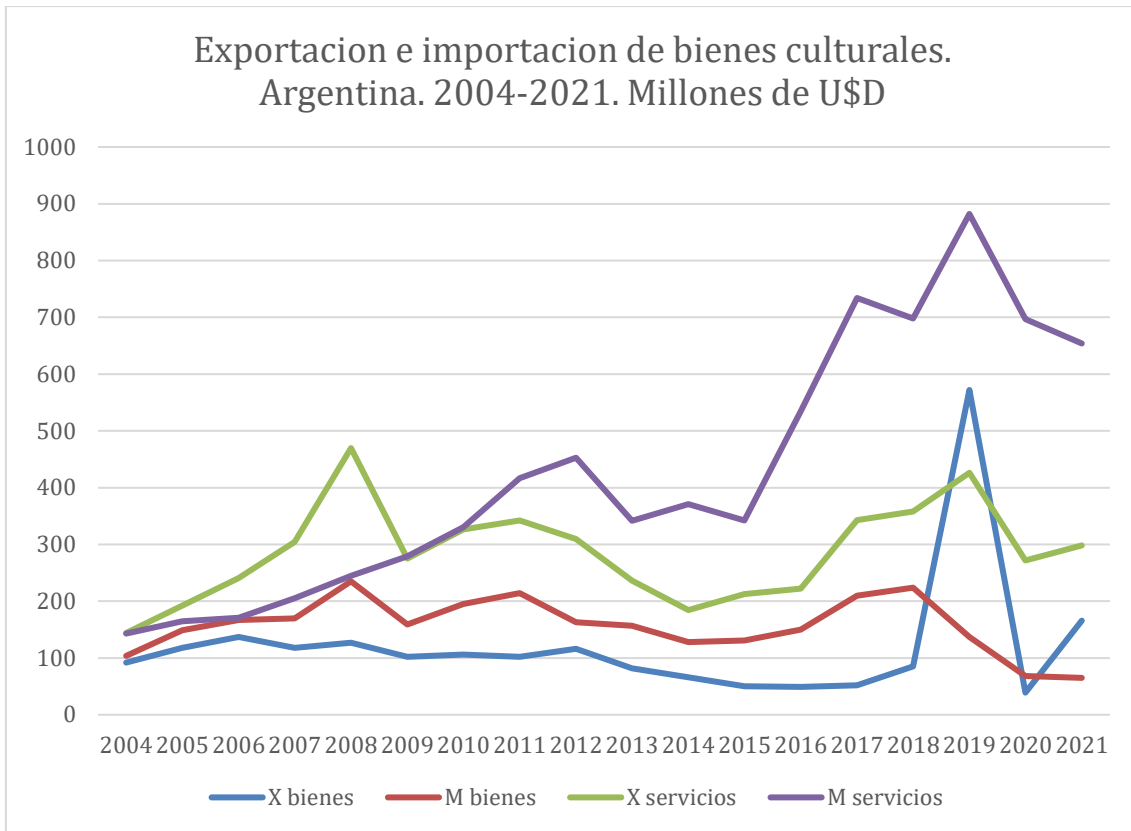


Gráfico 1. Evolución del Comercio de bienes y servicios
Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

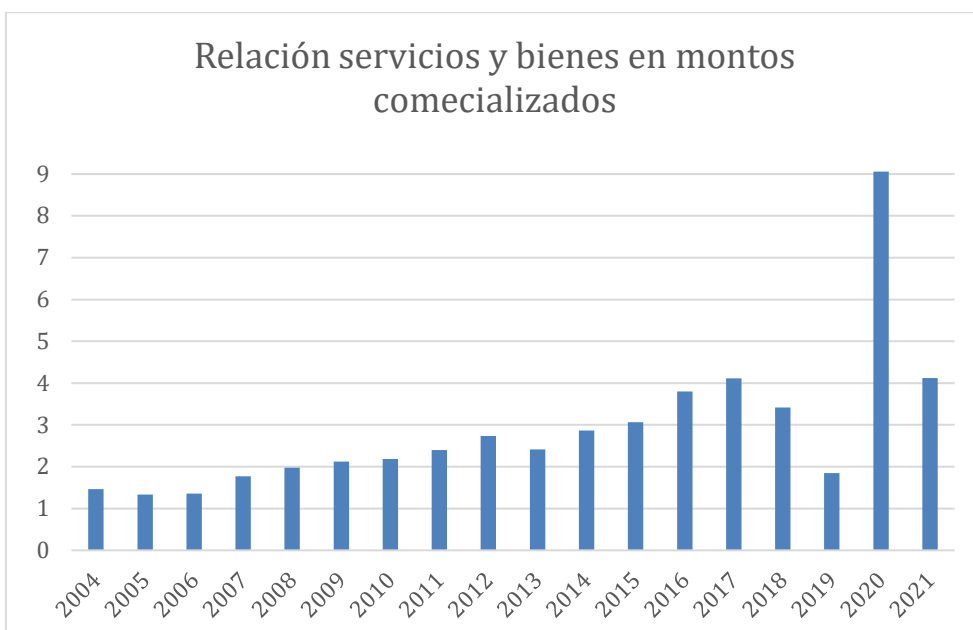


Gráfico 2. Evolución de la relación entre Servicios y Bienes

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

Este crecimiento exponencial, sobre todo a partir del 2016, del comercio de servicios culturales fue superior al registrado por el total de los servicios comercializados por el país con el resto del mundo. Esto puede observarse en el hecho de que el mismo representa una porción cada vez mayor de los servicios comercializados totales. Las exportaciones de servicios culturales significaban el 1,47% del total de las exportaciones de servicios, mientras que en el 2021 representaban el 3%. En el caso de las importaciones esta evolución fue del 2,84% al 5% en igual período. Es decir que desde 2015, la participación de los servicios culturales en el total del flujo comercializado prácticamente se duplicó, pasando a representar cifras de una magnitud relativa de importancia.

Mientras que, en el caso de los bienes, la evolución de la participación en el comercio total prácticamente se estancó en niveles bajos. En el año 2015 la exportación de bienes culturales representó el 0,09%, cuando en los años 2005 y 2006 tuvo picos de 0,29%, valor similar al que se registró en 2020 (0,07%). En el caso de las importaciones, los bienes culturales explicaban el 0,22% en 2015, con un pico en 2005 de participación del 0,54%, y en 2020 el registro fue de 0,16%.

Estos cambios en el comercio exterior de productos culturales, no solo fue cuantitativo, sino que fue cualitativo tanto al interior del comercio de bienes como de servicios. En primer lugar, históricamente dentro del comercio de bienes, el sector más importante fue el de Libros y publicaciones (libros y folletos). Durante el período 2004-2016, esta industria representaba, en promedio, el 68% de las exportaciones y el 72% de las importaciones argentinas. A partir del año 2017 el sector que más exportó en términos de valor fue el de las Artes plásticas y visuales, cuando se comenzaron a registrar ventas extraordinarias de obras de arte y de antigüedades, con picos en los años 2019 y 2021. Mientras que desde el lado de las importaciones la estructura de participación de los sectores fue más estable con un claro liderazgo de Libros y publicaciones representando en promedio el 75% de las mismas.



Gráfico 3. Participación sectorial en las exportaciones de Argentina de bienes culturales. En porcentajes.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

En el caso de los servicios, el cambio de composición fue más profundo aún, y es que el crecimiento de los servicios digitales audiovisuales (streaming) fue exponencial a partir de 2015 de la mano de las plataformas video on demand. La participación de estas en el total de las

importaciones de servicios culturales fue incrementándose ininterrumpidamente, en 2011 representaban el 1% de los servicios culturales importados, mientras que en 2021 el 52 %.

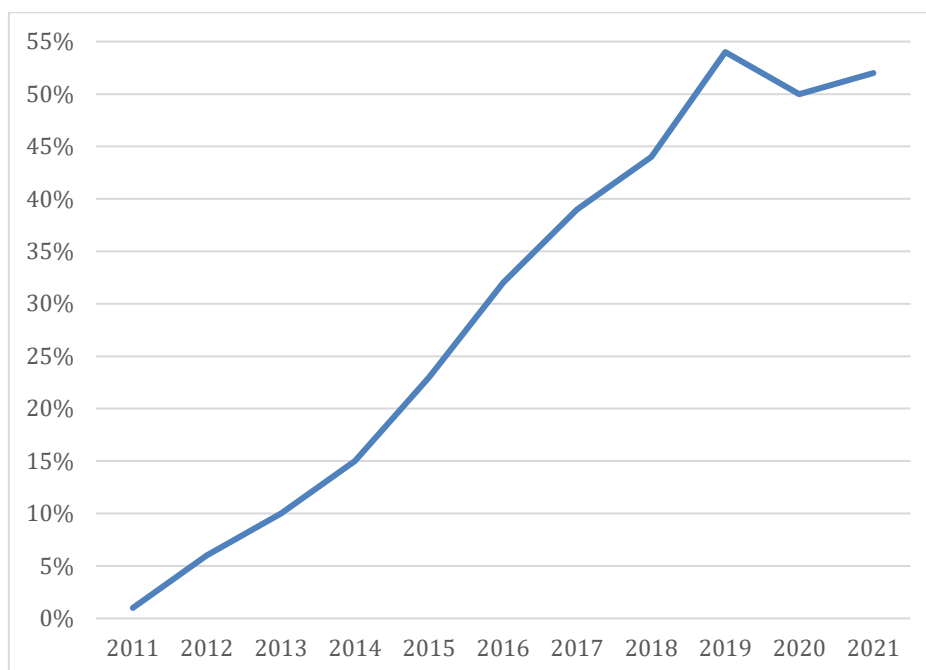


Gráfico 4. Participación de las importaciones de servicios digitales audiovisuales en el total de servicios audiovisuales. En porcentajes. Argentina. 2011 – 2021.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

En conclusión, el intercambio de bienes y servicios culturales ha experimentado grandes y veloces cambios en los últimos años, producto de los cambios tecnológicos y los hábitos de consumo¹⁰. Los principales fenómenos que se distinguen es el crecimiento exponencial del flujo de comercio de servicios, y en particular el de streaming. Mientras que del lado de los bienes lo que identifica es un estancamiento y una mayor fluctuación de los valores comercializados producto de ventas extraordinarias de obras de arte y antigüedades.

4.3. Intercambio de bienes y servicios culturales entre Argentina y España

4.3.1. Bienes

El intercambio comercial de bienes culturales entre Argentina y España tiene cuatro características a destacar:

1. Es estructuralmente deficitario para Argentina, es decir que históricamente ha comprado bienes culturales por mayor valor que el que vendió.
2. En los últimos años se verifica una baja en términos absolutos del flujo comercial. Durante los últimos cinco años, el valor comercializado (exportaciones e importaciones) cayó prácticamente en un 70%.

¹⁰ Para más información sobre el cambio de hábitos de consumo de contenidos culturales ver la “Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017” disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>

3. En términos relativos las importaciones desde España tienen un peso importante, no así en las exportaciones donde los destinos más importantes son Estados Unidos y países de la región.
4. El intercambio comercial de bienes culturales entre Argentina y España estuvo sustentado básicamente en la producción editorial.

Estos dos primeros puntos pueden observarse en el siguiente gráfico que registra el valor anual exportado e importado de Argentina en bienes culturales.

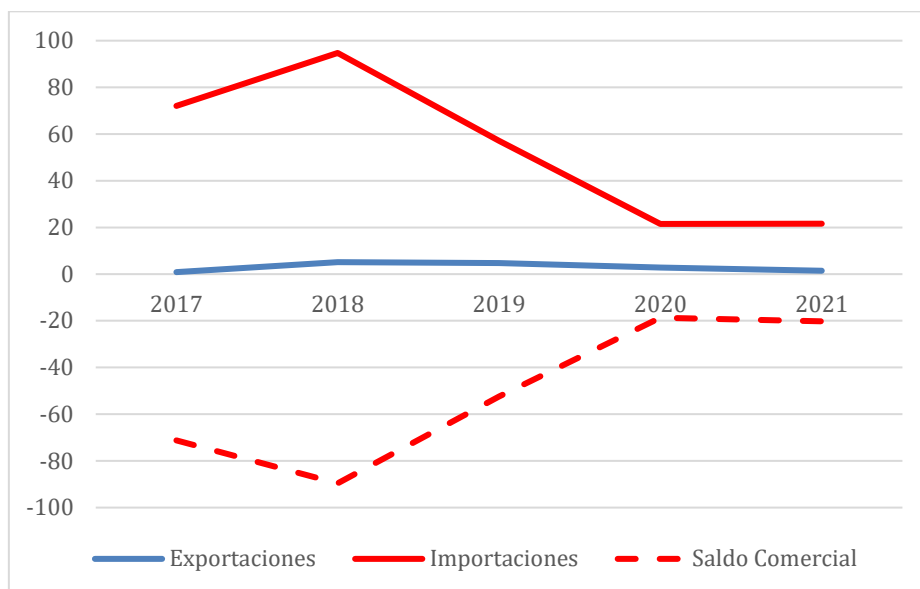


Gráfico 5. Exportaciones, importaciones y saldo comercial de bienes culturales entre Argentina y España. En millones de dólares. 2017-2021

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

En cuanto al tercer punto, se puede observar en la tabla siguiente que en promedio durante los últimos 5 años las importaciones desde España significaron en promedio un 38% de las mismas, mientras que esta cifra en las exportaciones es del 2%.

Año	Exportaciones a España (%)	Importaciones de España (%)
2017	2%	34%
2018	6%	42%
2019	1%	42%
2020	7%	32%
2021	1%	33%

Tabla 1. Participación del valor de los bienes culturales comerciados entre Argentina y España. En porcentajes del comercio desde Argentina. Años 2017 – 2021.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

Por último, tal como se mencionó al inicio de este trabajo, el comercio editorial entre Argentina y España tiene una larga data e importancia que se remontan al nacimiento mismo de Argentina como un país independiente en el que ya se registraban intercambios de prensa escrita, a la venta de revistas a principios del Siglo XX y a la participación activa en la profesionalización de

la actividad por parte de editores españoles en lo que fue el primer auge internacional de la industria editorial argentina que inició a mediados de los años 1930¹¹.

De hecho, si nos concentramos en el flujo del último lustro puede verse claramente la importancia del sector de libros y publicaciones. Durante los años 2017-2021 este sector explicó en promedio el 91% de las exportaciones de bienes culturales de Argentina a España y el 95% de las importaciones.

Año	Exportaciones (%)	Importaciones (%)
2017	88%	96%
2018	98%	97%
2019	96%	94%
2020	70%	91%
2021	96%	92%

Tabla 2. Participación del sector Libros y publicaciones dentro del comercio exterior de bienes culturales entre Argentina y España. En porcentajes. Años 2017 – 2021.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

Si bien es cierto la importancia relativa de los libros y publicaciones dentro del comercio de bienes culturales entre Argentina y España, hay dos elementos que deben destacarse. En primer lugar, la baja en términos absolutos del flujo comercial. Durante los últimos cinco años, el valor comercializado (exportaciones e importaciones) cayó un 70%, si bien es verdad que los años 2020 y 2021 fueron años en que las restricciones productos de la pandemia del Covid-19 afectaron, la tendencia ya se venía desarrollando, tal como puede observarse en el siguiente gráfico.

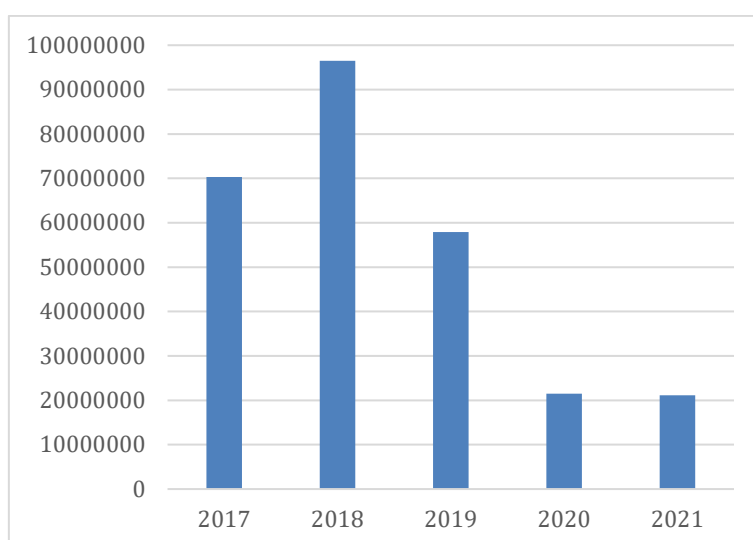


Gráfico 6. Monto comercializado del Sector de Libros y Publicaciones entre Argentina y España. Dólares FOB.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

En segundo lugar, se identifica un cambio en la composición en el tipo de producto que España vende a Argentina. El mismo solo es posible de identificar a un nivel de desagregación de la información mayor al que se está analizando. En concreto, el sector de libros y publicaciones como un todo es identificado con la posición arancelaria “4901” que abarca a “folletos e

¹¹ “Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina”, Secretaria de Cultura de la Nación, 2010. Disponible en: <https://back.sinca.gob.ar/download.aspx?id=1098>

impresos similares, incluso en hojas”. Dentro de esta posición, el bloque más importante en términos de comercio exterior es la “49019900” que incluye libros de texto, ficción, ensayo, etc., junto con otros productos, como fascículos con objetos coleccionables, entre otros. Si a este último se lo desagrega aún más, nos encontramos con dos bloques importantes, en primer lugar, con el código “49019900990” que registra únicamente a los libros, y por otra parte con las ediciones con objetos, como CD o juguetes que se registran en el código “49019900190”. Lo que puede observarse en los últimos años es que, a partir de 2017, las ediciones con objetos son las que presentaron un mayor crecimiento relativo dentro de la composición de importaciones de Argentina, explicadas en gran parte por la compra de este tipo de producto de España. De hecho, las importaciones españolas de este tipo de bien crecieron casi 17 veces entre 2015 y 2017¹².

4.3.2 Servicios

A diferencia de lo que ocurre en el comercio de bienes, en el caso de los servicios las características de este flujo son menos concretas. Esto es así ya que no se encuentran tendencias tan claras en cuanto a las posiciones deficitarias ni en cuanto al volumen. Como puede verse en el siguiente gráfico el saldo comercial no presenta una situación permanente. Si bien puede observarse que en cuatro de los cinco años Argentina presenta un déficit de balanza de servicios, hay años muy cercanos al equilibrio comercial y de hecho el último registro es de superávit. Y en cuanto a su volumen, tampoco la tendencia es clara ya que en promedio se comercializaron U\$S 40 millones anuales, pero los picos de la serie se encuentran en los años 2017 y 2021.

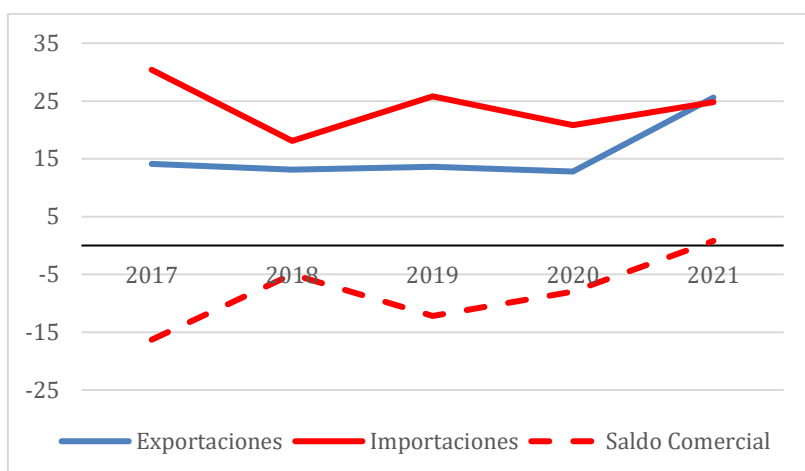


Gráfico 7. Exportaciones, importaciones y saldo comercial de servicios culturales entre Argentina y España. En millones de dólares. 2017-2021

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

Ahora bien, existen tres elementos que se identifican y que merecen ser destacados:

1. Por primera vez, durante los dos últimos años registrados, el flujo comercial de servicios, entre Argentina y España, es más importante que el de bienes.
2. Los servicios españoles no representan en términos relativos la importancia que tienen los bienes.

¹² Todos estos datos fueron extraídos del informe: “Una década de comercio exterior editorial en Argentina”, SInCA. Disponible en: <https://back.sinca.gob.ar/download.aspx?id=3187>

3. No se registran dentro del comercio de servicios la compra o la venta de Servicios digitales audiovisuales (streaming).

En cuanto al primer punto, es notorio el cambio de tendencia. En el año 2017 el monto comercializado por servicios representaba el 60% del de bienes, y en solo cuatro años pasó a ser más del doble. Esto se explica en buena parte por la caída mencionada en el flujo comercial de bienes, con lo cual habrá que ver si es una relación que se mantendrá en el tiempo.

Los últimos dos puntos están relacionados entre sí, ya que como se mencionó más arriba los servicios de streaming son los que más crecieron dentro de los servicios culturales, y en este caso no se observa que ni Argentina ni España sean países productores. Es más, cuando se observa los países de origen de la importación de Argentina de estos servicios se verifica que más del 90% del valor son comprados a Estados Unidos de donde provienen las principales plataformas audiovisuales on demand del mercado mundial. En este sentido, la participación de España en los servicios culturales es mucho menor que en el caso de los bienes, rondando el 5% de las exportaciones y el 3% de las importaciones, tal como se observa en la siguiente tabla.

Año	Exportaciones a España (%)	Importaciones de España (%)
2017	4%	4%
2018	4%	3%
2019	3%	3%
2020	5%	3%
2021	9%	4%

Tabla 3. Participación del valor de los servicios culturales comerciados entre Argentina y España. En porcentajes del comercio desde Argentina. Años 2017 – 2021.

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Argentina

Ahora bien, el hecho de que no haya comercio de Servicios digitales audiovisuales (streaming), quiere decir que los servicios que circulan están relacionados con el resto de los servicios incluidos en la medición. Es decir, con las licencias de usos de audiovisuales o de servicios más relacionados con el vivo, ya sea de recitales, actuaciones, escultores, modelos, diseñadores de escenarios, doblaje, promoción de espectáculos, etc. Las fuentes estadísticas no permiten desagregar por ninguna de estas actividades, con lo cual los estudios de casos son doblemente útiles, ya que no solo permiten identificar buenas prácticas y experiencias exitosas sino también porque se puede obtener información de qué tipo de actividades son las que explican el comercio de servicios culturales entre Argentina y España.

5. Experiencias destacadas

Argentina y España cuentan en su haber con una gran tradición de haber mantenido estrechas relaciones comerciales y de intercambio vinculado a las industrias culturales. Si bien este intercambio se mantiene, esta tradición viene comportándose de forma decreciente en los últimos años. Esto se debe, fundamentalmente, al cambio en los modos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios creativos debido al surgimiento de las nuevas tecnologías que han reconfigurado el mapa del sector y su modelo de negocios. La concentración del flujo comercial en transacciones realizadas a través de plataformas radicadas en terceros países (Estados Unidos, Suecia, etc.) ha transformado el sistema de distribución y consumo de servicios culturales, su sistema de medición y por ende su impacto en los PBI nacionales.

Más allá de esto, la relación Argentina-España sigue vigente en el imaginario social y cultural y eso representa una oportunidad para fortalecer los canales de intercambio.

En una entrevista realizada especialmente para esta investigación a Antonio Bazán, Director de Factoría de Industrias Creativas¹³, al responder la consulta sobre el grado de intercambio entre ambos países, Bazán asegura que “Los musicales hoy venden más que el cine y hoy vemos una gran presencia argentina en los musicales de la Gran Vía, que han llegado a la misma altura que los de Broadway, Londres y París. España está importando talento argentino, incluso en las series españolas siempre hay un personaje encarnado por un argentino. El acento argentino abunda en las producciones locales y eso representa sin duda un valor simbólico que se podría potenciar”. Con respecto a las exportaciones desde España hacia la Argentina, Bazán reconoce que “si bien han mermado y Argentina no es buen negocio para las producciones europeas por la baja demanda, hay que decir que Buenos Aires es un gran legitimador de mercados, es decir que cualquier obra o película que haya sido presentada en dicha ciudad luego tiene más posibilidades de girar en otros mercados”. Tomamos nota, entonces, del potencial “simbólico” de Argentina y más precisamente de Buenos Aires como “legitimador cultural”. A partir de esta situación se podrían diseñar acciones para fortalecer y aprovechar este potencial, las que serán presentadas y analizadas en las recomendaciones hacia el final de este documento.

Por otra parte, ya hemos mencionado anteriormente que los servicios que circulan en el comercio internacional entre Argentina y España están relacionados con las licencias de usos de audiovisuales o de servicios más relacionados con el vivo, ya sea de recitales, actuaciones, escultores, modelos, diseñadores de escenarios, doblaje, promoción de espectáculos, etc. y que las fuentes estadísticas no permiten desagregar por ninguna de estas actividades, con lo cual los estudios de casos tienen una doble utilidad: nos permiten identificar buenas prácticas y experiencias exitosas y a la vez nos permite obtener información sobre el tipo de actividades que explican el comercio de servicios culturales entre Argentina y España. A continuación, presentamos entonces algunas de estas experiencias de intercambio, agrupadas por sector, que sirven para ejemplificar el tipo de actividades que suceden en este contexto a la vez que evidenciar aquel mencionado fenómeno de “vínculo emocional” entre ambos países y “alto valor simbólico” que le asigna cada uno de los públicos a los productos de la industria cultural del otro país.

¹³ Factoría de Industrias Creativas es un vivero de industrias creativas con sede en Madrid, España. Funciona como una entidad privada de apoyo a la innovación, emprendimiento y desarrollo de proyectos creativos en el marco de las industrias culturales y creativas. Sigue un modelo de incubadora de empresas y organiza el MIC Factoría, un mercado de industrias creativas para Europa y Latinoamérica que ya lleva dos ediciones (2021 y 2022) y funciona como espacio de encuentro entre profesionales, emprendedores, inversores y otros actores clave que impulsan la creatividad como elemento de desarrollo económico y social.

5.1. Editorial

Caso: Lata Peinada – Literatura latinoamericana en España



En abril de 2019, dos emprendedores argentinos abrieron en Barcelona Lata Peinada en el barrio del Raval, la primera librería dedicada exclusivamente a la literatura latinoamericana. En noviembre de 2020 realizaron la apertura de una sucursal en el centro de Madrid, en el barrio Malasaña. La propuesta cuenta con una amplia selección de narrativa, poesía y ensayo de autores latinoamericanos. El catálogo incluye obras clásicas y otras que sólo se encuentran en Lata

Peinada: editoriales independientes o títulos que eligen especialmente y que, en muchos casos, llegan por primera vez a España. A su vez, Lata Peinada organiza un Festival de Literatura Latinoamericana que ya va por su cuarta edición, en el que se programan distintas actividades como conferencias, presentaciones y talleres. Bajo la gestión de gestores culturales argentinos, Lata Peinada representa un caso relevante para la oferta de productos editoriales argentinos en España. Hace su aporte al equilibrio de la exportación y divulgación de libros desde América Latina hacia Europa y fomenta su circulación buscando nuevas oportunidades de mercado para editoriales y autores jóvenes. "Buscamos editoriales independientes que acá no están. Sobre todo escritores que nunca hayan cruzado el océano", dice Ezequiel Naya, uno de sus fundadores.

Fuente: <https://latapeinada.com/> - TN.com.ar 5/06/2019.

Caso: Editoriales españolas independientes y el trabajo artesanal para conquistar lectores a ambos lados del Atlántico



La tradición editorial en lengua española siempre mantuvo un flujo entre las ediciones argentinas, españolas - incluyendo el centro editorial de Barcelona-, mexicanas y de manera más reciente la colombiana. Ese intercambio no cesa, aunque también es cierto que la concentración editorial en dos grandes cadenas –Planeta y Random House- actúa como un

imán que va incorporando editoriales a sus propias cabeceras de playa, que también actúan como un impedimento para la circulación más ágil entre producciones de diversos países

donde se escribe en nuestro idioma. Sin embargo, ¿para qué, si no, se inventó el término "oportuncrisis" que, más allá de su gracia irónica, a veces conlleva ciertas verdades útiles? Eso es lo que percibieron editores a ambos lados del Atlántico y crearon editoriales independientes, más pequeñas, pero también más cuidadosas a la hora de editar -las grandes cadenas publican alrededor de cincuenta títulos por mes, cifra de títulos que las editoriales pequeñas podrían alcanzar como un logro en dos años- y con nichos de lectores más especializados que, si bien pueden generar best sellers, apuntan a una difusión de la literatura como un oficio y una misión. En España, algunas de las editoriales se reunieron en un grupo llamado Contexto (<https://www.contextodeeditores.com/manifiesto/>) para poder actuar y pensar de manera colectiva y comparten un código de buenas prácticas para cuidar a todos los eslabones de la cadena de valor del sector y su ecosistema. Visitaron la Feria del Libro de Buenos Aires en 2018, donde compartieron sus experiencias y vendieron libros.

Enrique Redel, de la editorial española Impedimenta y miembro del grupo, explica el proceso de florecimiento de las editoriales independientes: "En España se ha dado un pequeño ecosistema para las pequeñas editoriales porque había un vacío de fondo desde los últimos quince años. Había una dictadura de las grandes editoriales, casi todas las pequeñas habían sido absorbidas y se habían cerrado ámbitos para los lectores. En España se dio una eclosión de editoriales interesantes, un tipo de editorial necesaria para conformar el fondo de librerías más literarias. Hemos sido un relevo de las editoriales compradas por las grandes cadenas y hemos sido muy bien acogidos por la prensa y el público, por la librerías y así hemos logrado asentarnos en tiempos en los que podría haber sido mucho más difícil asentarse".

Respecto a las exportaciones, Santiago Tobón, de editorial Sexto Piso, aporta: "En nuestros comienzos la idea que nos regía era que al editar en una lengua, podíamos llegar a los países de Latinoamérica. Esa noción que se convirtió en una necesidad nos hizo llegar rápido a la Argentina con nuestro catálogo". Sobre la oportunidad de encontrarse en un evento internacional de la industria como es la Feria del Libro de Buenos Aires, Silvia Salgado, de editorial Nórdica afirma que "Las editoriales pequeñas tienen los mismos problemas a la hora de querer llegar a otros países. Vimos que era necesario tener otro espacio donde pudieran reunirse editoriales de Madrid, México, Uruguay, Chile, Argentina y otros países y exponer los problemas de las editoriales en cada país. La idea es que comience a funcionar un espacio que nos permita trabajar de conjunto.

Fuente: Infobae 7/05/2018. Diego Rojas

5.2. Artes Escénicas

Según datos de la Sociedad General de Autores de Argentina (Argentores), entre 2013 y 2018 se exhibieron en el exterior 1.274 títulos de autores argentinos. El 41% de las obras fueron exhibidas en Uruguay, el 26% en España y el 10% en Chile y el 8% en Francia. En 2018 se exhibieron 205 títulos de autores locales en el exterior y se realizaron 1.073 funciones, con lo que se calcula un promedio de cinco funciones por obra. Los principales destinos de presentación fueron Uruguay (56%), España (25%) e Italia (6%).

La obra teatral argentina con mayor alcance internacional entre 2013 y 2018 fue "La Nona" con 129 funciones representadas en siete países (Brasil, España, Francia, Grecia, Italia, Suiza y Uruguay).

Como contrapartida, entre 2013 y 2018 se exhibieron en Argentina 601 obras de origen extranjero, el 60% español, el 20% de origen uruguayo y el 7% francés. Sólo en 2018 se exhibieron en el país 114 títulos de autores extranjeros que dieron lugar a 1.456 funciones, con un promedio aproximado de 13 funciones por obra.

La obra extranjera más representada entre 2013-18 fue la francesa “Tierra del Fuego” con 319 funciones¹⁴.

Caso: Los puentes de Madison, una producción argentina en Madrid



No es fácil desembarcar en el circuito teatral de Madrid y pisar fuerte de entrada. Gustavo Yankelevich lo sabe y por eso está doblemente feliz: por haberse animado a producir una versión musical de Los puentes de Madison en un teatro de la famosa Gran Vía de la capital española y porque las funciones, desde su estreno el 18 de

noviembre, casi siempre se hacen a sala llena, a pesar de que hay muchísima competencia (hay más de diez musicales en cartel). “Hacia rato que teníamos ganas de hacer algo fuera de la Argentina. Las opciones eran España o México, porque en el resto de los países de lengua hispana no hay temporadas, no hay obras que duren varias semanas o meses en cartel -explica Yankelevich-. Tuvimos la posibilidad de entrar en esta sala maravillosa de Madrid, la del Teatro EDP, y decidimos hacer una inversión grande. Es una obra con un gran despliegue escenográfico. Queríamos arrancar fuerte para apostar a tener una continuidad en este mercado”.

Esta versión en español del musical Los puentes de Madison, estrenado primero en Broadway y premiado con dos premios Tony, está protagonizada por una actriz catalana -Nina, cantante e intérprete de larga trayectoria que ha sido jurado y directora de la academia de Operación Triunfo- y un argentino, Gerónimo Rauch, integrante en su juventud de Mamburú y con mucho recorrido en el género, con papeles importantes en obras taquilleras como Jesucristo Superstar y Los miserables, tanto en Madrid como en Londres. La dirección quedó a cargo de otro argentino, el pampeano Alberto Negrín, arquitecto y escenógrafo que trabajó con un material más basado en el best seller de Robert James Waller (vendió 25 millones de ejemplares en todo el mundo) que en la venerable película en la que Clint Eastwood y Meryl Streep interpretaban a esos dos personajes que en plena madurez viven una historia de amor vibrante e inesperada con un final frustrante y lacrimógeno.

La puesta en escena es fastuosa y revela una inversión riesgosa que por ahora luce justificada porque el público viene acompañando. Hay funciones de martes a domingos (los viernes y sábados en dos horarios, además) y la taquilla se mueve. “Venimos bien, pero nunca se sabe. Para eso estamos los empresarios, para invertir y si sale mal, dar vuelta la página y pensar en lo que vendrá -asegura Yankelevich, que tiene otros cinco espectáculos en cartelera en Buenos Aires-. (...). La buena respuesta que viene obteniendo esta primera incursión de Yankelevich como productor en el mercado español se da en el contexto de una gran explosión de público en la inmensa mayoría de los espectáculos en vivo (teatro, música) que se presentaron después del paréntesis compulsivo de la pandemia. La industria del entretenimiento parece reactivada.

Fuente: La Nación, 1 /12/2022. Alejandro Lingenti

¹⁴ Información extraída del: “Coyuntura Cultural” . Año 11 Número 27 . Diciembre 2019

5.3. Música

Caso: Serrat en Argentina: una historia (y una despedida) emocional y política



Joan Manuel Serrat está cerrando su gira de despedida en Argentina para dar luego sus últimos conciertos en vivo en España antes de retirarse de los escenarios, aunque no de la música. Desde su primera presentación con Pipo Mancera en Sábados Circulares, el cantautor catalán forjó una relación íntima y comprometida con el público argentino y fue un

personaje cultural clave en la dictadura y el retorno democrático. La historia del músico con Argentina es, primero, colectiva: Serrat es un actor de la cultura de los setenta para acá. Y tiene algunos hitos: una primera visita a Sábados Circulares de Pipo Mancera, que lo presentó en 1969 como un catalán emergente que buscaba robar alguna de las miradas que ese sábado buscaban desesperadamente a Sandro. Unos años 70 entre la popularidad y el compromiso político. (...). En los años previos a la última dictadura, Serrat empezaba a ser tremendamente popular en Argentina para la juventud de las capas medias y no solamente las militantes y a veces ambas cosas colisionaban: como la vez que tuvo que dar explicaciones por la suspensión de un concierto a beneficio de los presos políticos pero no podía hacerlo libremente ante todas las cámaras porque tenía exclusividad con Canal 13, según contó la periodista Tamara Smerling en Serrat en la Argentina. Ese tándem entre mainstream y compromiso nunca lo abandonó. Fue prohibido en la última dictadura; su música pasó de los teatros a centros clandestinos de detención y cárceles de modos contrapuestos: algunas presas cuando querían rebelarse cantaban a los gritos por la ventana "Para la libertad" (...). En democracia, llegó su consagración mítica y su anclaje inmortal como un pastor progresista para las capas medias urbanas del país. Y llegó, tal es su gracia, tal es su gesto, con shows en vivo. Los Gran Rex del 83, los Luna Park del 84, la plaza de los dos Congresos en 1992 y otros espacios de fuerte carga simbólica ligada a la temática de los Derechos Humanos. Serrat es un consenso, y eso no solamente emerge de posturas y compromisos históricos y de cierta astucia como declarante, sino también de un vínculo emocional que se activa con su voz. Porque a la historia colectiva de Serrat en Argentina hay que sumar su historia íntima con los individuos.

Fuente: el Diarior, 27/11/2022, [Natalí Schejtman](#)

Caso: Los Pericos, Tour España 35 años



Durante 2022, la mítica banda de reggae argentina que tiene récords de venta y una carrera musical extraordinaria, se presentó con gran éxito en España con cinco conciertos realizados en salas de las ciudades de Madrid, Barcelona, Alicante, Valencia y Málaga. En estos espectáculos han deleitado a sus seguidores con sus clásicos más esperados y su último material VIVA PERICOS!

Fuente: Apa! Manager Los Pericos

5.4. Artes visuales

Caso: Argentina País Invitado de Honor en ARCO Madrid 2017



La feria española, uno de los eventos más relevantes del mercado de arte internacional, es una oportunidad de visibilidad única para el arte contemporáneo argentino ante los ojos de compradores, críticos e investigadores de todo el mundo. Del 22 al 26 de febrero de 2017 se desarrolló en la capital española la 36ª edición de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCOmadrid 2017, en la cual la Argentina se

presentó como País Invitado de Honor. La Argentina participó a través de una serie de galerías de arte que, seleccionadas por la curadora independiente Inés Katzenstein, reunieron la producción artística contemporánea más destacada del país. Se trató de una oportunidad de visibilidad única para el arte argentino en una de las escenas más importantes del mercado internacional que cuenta con la presencia de los investigadores y críticos más destacados en la materia. La feria ARCO, si bien es un evento de tipo cultural, es también una feria comercial, por lo que el evento impulsó la revalorización del mercado del arte argentino en el campo internacional, posibilitando que las obras de los artistas nacionales que allí se expusieron alcancen precios superiores a los de la plaza local. La selección de artistas argentinos cuyas obras se exhibieron ese año contó con la presencia de Diego Bianchi, Marcelo Pombo, Luis Frangella, Marcia Schwartz, Alberto Greco, Ricardo Carreira, Mirtha Dermisache, Pablo Accinelli, Cecilia Szalcowicz, Leticia Obeid, Mariela Scafati, Kasuya Sakai, Eduardo Stupía, Laura

Codega, Dudu Alcon Quintanhilla, Elba Bairon, Juan Tessi, Fabio Kacero, Valentina Liernur, Faivovich & Goldberg, Sol Pipkin, Juan José Cambre y Alejandro Kuropatwa. El formato de presentación de los países en esta edición, como es costumbre, destacó principalmente la presencia de las galerías, al tiempo que se desarrollaron en paralelo distintas exposiciones argentinas en museos e instituciones españolas. Ese año, el sector “Focus Argentina” estuvo a cargo de la prestigiosa curadora Sonia Becce, quien extendió la actualidad artística nacional a los distintos espacios culturales de Madrid. Las exposiciones argentinas y sus sedes fueron: La Bella Sintaxis, en Conde Duque; Realidad Distraída, en la Biblioteca Nacional Española; Es Ella Una Encantadora Cosa, en el Museo Cerralbo; Saber Sin Mí, en Tabacalera; Flotante, en la Casa Museo Lope de Vega; Ultramar, en el Museo Thyssen Bornemisza; Las Decisiones del Tacto, en la Casa de América y Donde Nunca Estoy y Donde Nunca Fui, en Casa de Vacas. La presencia argentina en la Feria ARCO se inscribió dentro de las actividades culturales que nuestro país desarrolla en el mundo como herramienta de política exterior, tales como las Bienales de Arte, las Ferias del Libro y los Festivales de Música, Danza y Cine, entre otros. En este caso, la Argentina estuvo presente en uno de los principales eventos de arte contemporáneo del circuito internacional gracias a la articulación de un esfuerzo público-privado llevado a cabo entre el Ministerio de Cultura de la Nación; la Embajada Argentina en el Reino de España y la fundación arteBA, con la colaboración de la Dirección Nacional de Asuntos Culturales de la Cancillería.

Fuente: Cancillería Argentina

Caso: Programa de Internacionalización de Arte Contemporáneo Vasco - EAS-EZE



Bitamine Faktoria es una fábrica de creación y producción cultural transfronteriza con sede en la ciudad de Irún. Desde hace siete años realiza esta convocatoria anual dentro del marco establecido por su plan de internacionalización del arte contemporáneo vasco. Con este programa se pretende incentivar la investigación y la producción artística, contribuir a la promoción de los creadores, y promover la movilidad

internacional de los artistas. La convocatoria está abierta a proyectos artísticos de exportación para artistas que residen y trabajan en Euskadi, sea cual sea su disciplina. La ayuda se desarrolla en dos fases. Inicialmente se trabajará en el proyecto durante varios meses en el contexto vasco. Una vez finalizado, se exportará para presentarlo en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), donde se mostrará en diferentes espacios referentes de la cultura contemporánea actual. Se establecerá junto con las instituciones locales, un calendario de actividades en el que los artistas tendrán diferentes participaciones en salas, museos, espacios culturales y galerías (mesas redondas, debates, workshops, encuentros y trabajos colectivos) con artistas significativos locales. En su séptima edición, EAS-EZE #7 ha seleccionado ESTIBALIZ SADABAD, de Michel Huneault (1976), fotógrafo documental y artista visual. En este proyecto el artista reflexionará sobre cómo el espacio doméstico es un espacio al que la mujer históricamente ha sido relegada, haciendo visible todo el trabajo que realizan las mujeres en

términos sociales. La sede y contraparte en Argentina será el Muntref – Museo de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, con el cual se ha celebrado un convenio.

Fuente: Bitamine Faktoria

5.5. Audiovisual

Caso: Argentina irrumpe con gran presencia en el Festival de Cine de San Sebastián



El comienzo del Festival de Cine de San Sebastián desplegó a partir del viernes su 70 aniversario con su catálogo de películas seleccionadas. En ese marco, y replicando el Festival de Venecia, hay gran presencia argentina en sus estrenos. Argentina tendrá una gran presencia que abarca casi todas las secciones, empezando por "El suplente", de Diego

Lerman, y "Pornomelancolía", de Manuel Abramovich, que competirán en la sección Oficial por la Concha de Oro, el premio máximo del festival. Por su parte "Sublime", opera prima de Mariano Biasin que participó en Generation 14plus del Festival de Berlín, competirá en Horizontes Latinos, la sección que se nutre de películas producidas en América Latina. En Zabaltegi-Tabakalera, el apartado dedicado al cine más experimental o de riesgo, se presentarán las producciones nacionales "Amigas en un camino de campo", de Santiago Loza; "Trenque Lauquen", de Laura Citarella, ya presentada en Venecia; y "Diarios", de Andrés Di Tella. También habrá dos momentos destacados de esta edición serán las proyecciones de "Argentina, 1985", de Santiago Mitre con Ricardo Darín y Peter Lanzani, el filme sobre el Juicio a las Juntas militares¹⁵; y de "Un año, una noche", que aborda los atentados terroristas del 13 de noviembre de 2015 en París, con dirección del español Isaki Lacuesta protagonizado por el argentino Nahuel Pérez Biscayart. Ambos títulos están incluidos en Perlak, en donde se encuentran las películas relevantes según la crítica o que hayan sido presentados originalmente en otros festivales Clase A, es decir, de los más importantes del mundo. La participación argentina en San Sebastián se completa con "Virgilio", de Alfred Oliveri, que luego de "Un asunto de familia" (2018) y "La leyenda de Don Julio: Corazón & Hueso" (2019), regresa a la sección enfocada en producciones relacionadas con la gastronomía con un documental sobre Virgilio Martínez, considerado uno de los mejores cocineros del mundo y dueño de un restaurante en Lima, Perú. A esta presencia nacional se le suma el lugar destacado que ocupará el productor Matías Mosteirín, que originalmente era parte del Jurado Oficial del Festival de San Sebastián y que pasó a ser nada menos que su presidente, en lugar de la actriz estadounidense Glenn Close, que canceló el compromiso por una emergencia familiar.

Fuente: BAE Negocios, 17/09/2022

¹⁵ Argentina 1985 ganó el Premio del Público en el Festival de Cine de San Sebastián 2022.

Caso: Pedro Almodóvar y sus actores argentinos



- Solés trabajar con actores argentinos, ¿qué es lo que buscás y encontrás en ellos?

- Empecé a trabajar con Cecilia Roth cuando ella acababa de instalarse en Madrid, junto a un grupo importante de argentinos en los años de la dictadura de los milicos.

Aunque geográficamente estamos tan lejos, entre España y la Argentina hay un gran puente emocional que facilita el intercambio de actores y de proyectos. Nosotros emigramos a la Argentina mucho antes, durante y después de la

Guerra Civil española. Era justo y lógico que los actores argentinos vinieran a España a finales de los '70, y creo que los acogimos con el cariño y la admiración que merecen. Entonces conocí y empecé a trabajar con Cecilia y nos hicimos amigos, hasta ahora. Soy un gran admirador de la gran escuela actoral argentina, cuyo origen es el teatro. Admiraba a Darío Grandinetti y trabajamos dos veces en unos personajes que curiosamente en las dos películas (se refiere a Hable con ella y Julieta) aparecen acompañando a sus mujeres en un hospital. No voy a descubrir ahora a Darío, pero su voz, su físico y su talante representa para mí la masculinidad amable, la que acompaña y apoya a la mujer que tiene al lado. Respecto a Leonardo Sbaraglia, ha sido mi último descubrimiento. El ya llevaba décadas demostrando su talento, cuando digo mi descubrimiento me refiero a la química inmediata y total que experimenté con él en Dolor y gloria. Cuando tenga ocasión seguiré trabajando con los tres.

- La Memoria Histórica tiene su parangón con la historia de los desaparecidos en la Argentina. ¿Creés que aquí tu película tendrá más eco que en otras latitudes?

-Este puente emocional del que hablaba significa también que en ambos países tenemos miles de desaparecidos. En la Argentina no habéis tardado tanto en buscarlos, en exorcizar el dolor de sus trágicas ausencias. España está tardando demasiado. En todos los países donde hubo dictaduras (excepto Somalia), las búsquedas de las víctimas desaparecidas empezaron mucho antes, no esperaron 85 años, como es nuestro caso.

En la actualidad estamos esperando que se apruebe la Ley de Memoria Democrática para que se ponga fin a esta situación. En la Argentina fue la generación de las Madres las primeras en echarse a las calles clamando que les devolvieran a sus hijos, aquí son las generaciones de los nietos y los bisnietos los que demandan que se abran las fosas en las que tan indignamente enterraron a los ciudadanos que en los años '30 lucharon por nuestra democracia. Imagino, y espero, que en la Argentina los espectadores de Madres paralelas conecten fácilmente con el asunto de la Memoria Histórica y la apertura de fosas.

Fuente: Clarín, 4/02/2022. Pablo O. Scholz

5.6. Multidisciplinarios

Caso: Programa Conexión: Buenos Aires-Madrid / Madrid-Buenos Aires (2023)



El Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, a través de la Dirección General de Cooperación Cultural Internacional, anunció para el año 2023 el programa de intercambio de arte y cultura “Conexión Buenos Aires Madrid, Madrid Buenos Aires”, que incluirá múltiples actividades que entrelazan a estas dos ciudades unidas por su historia y contemporaneidad. Referentes indiscutidos del arte y la cultura en distintas disciplinas como artes visuales, literatura,

fotografía, cine, teatro, música y danza, viajarán a lo largo de 2023 de una ciudad a otra fortaleciendo el puente cultural que las une. La ciudad de Buenos Aires ha realizado un acuerdo con la Casa de las Américas de Madrid con el objetivo de afianzar la conexión cultural entre Buenos Aires y Madrid, y así estrechar lazos a través de propuestas gastronómicas, culturales y turísticas para reducir la distancia geográfica que existe entre ambas ciudades e invitar a más artistas, estudiantes, nómades digitales y turistas a participar de un programa de intercambio artístico que tendrá como sedes a algunos de los centros culturales principales de ambas ciudades. Durante todo 2023, ambas ciudades recibirán a los más destacados referentes del arte y la cultura de cada país, con diversas propuestas en artes visuales, literatura, fotografía, cine, teatro, música y danza. En la capital porteña, el ciclo inaugural del programa anual se llevará a cabo en febrero de 2023, durante la celebración del Festival Internacional de Buenos Aires. Se trata del evento escénico más importante de la ciudad y de mayor envergadura nacional, que año a año convoca más de 200.000 espectadores para disfrutar lo mejor del teatro, la danza, la música y las artes visuales, tanto en salas como en el espacio público. El FIBA marcará el inicio de este programa de intercambio cultural que se extenderá durante todo el 2023. El Complejo Teatral de Buenos Aires, el Centro Cultural Recoleta, el Teatro Colón, el Centro Cultural España, entre otros, serán los escenarios de las diversas propuestas y artistas que llegarán directamente desde Madrid y estarán presentes en la programación cultural de la Ciudad a lo largo de todo el año. En Madrid, el ciclo inaugural se llevará a cabo del 1 al 15 de marzo de 2023 en Casa de América, Palacio de Linares. Durante 15 días desembarcarán distintas propuestas culturales porteñas que permitirán visibilizar el talento y la creatividad de los artistas de la Ciudad de Buenos Aires. Con más de 200 horas de programación artística, se llevarán a cabo actividades como muestras de vestuario que reflejan la historia del teatro porteño, muestras de fotografía y arte contemporáneo, ciclos de cine y literatura, charlas y conciertos de tango. Más de 100 artistas de Argentina celebrarán la hermandad de Madrid y Buenos Aires en la inauguración de este programa de intercambio que se extenderá durante todo el 2023. La programación cultural de ambas ciudades tendrá así un foco especial en el intercambio de actividades y experiencias artísticas en simultáneo. Conexión Buenos Aires Madrid, Madrid Buenos Aires, busca entrelazar las miradas de dos ciudades que logran ignorar el océano que las separa, para potenciar la construcción de un código de entendimiento mutuo, basado no solo en el idioma compartido, sino en un modo

similar de entender la cultura como un lazo afectivo y un claro puente de conexión real que las une. Sin llegar a ser una política pública que establece marco regulatorio para facilitar el intercambio, sin dudas esta acción funcionará como plataforma posible para la generación de nuevos vínculos, facilitando así el contacto y el intercambio que favorezcan el asociativismo entre creadores de ambos países.

Fuente: Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Estos son solo algunos casos ejemplificadores del fenómeno intercultural que se da entre los sectores creativos de Argentina y España. Los mismos fueron seleccionados a partir de una extensa lista de experiencias recogidas a través de entrevistas y en publicaciones de difusión masiva, e intentan evidenciar la diversidad de sectores y eslabones del proceso creativo (formación, creación, producción, circulación, comercialización y consumo). Fueron elegidos, por un lado, en base a su relevancia simbólica que da cuenta del vínculo emocional entre ambos países. Por el otro, los casos dan cuenta de la diversidad y el tipo de actividades que se dan en estos intercambios.

6. Conclusiones

Las industrias creativas son parte de los sectores económicos más afectados por los fenómenos recientes como la pandemia causada por el COVID-19 y a su vez por los cambios tecnológicos que han transformado el sistema creativo y sus distintas formas de circulación y consumo.

En simultáneo, asistimos a la aparición de nuevos actores que redefinen la cadena de valor. Una acelerada expansión de las redes sociales, las plataformas, la explosión de la big data, la nube, la inteligencia artificial y el meta-verso, son algunos de los fenómenos que definen un nuevo escenario. Surgen, entonces, nuevos modelos de creación, producción, distribución, acceso y participación cultural. Estos nuevos modelos de consumo cultural –por un lado- han permitido a los artistas y productores pasar por alto los canales de distribución tradicionales e interactuar directamente con el público y las audiencias o clientes potenciales. Por el otro, el surgimiento de las nuevas tecnologías ha reconfigurado el mapa del sector y su modelo de negocios, tanto en el plano nacional como en su escala internacional. El comercio exterior de productos se ha transformado durante los últimos años y el comercio de bienes y servicios culturales entre España y Argentina no está ajeno a este contexto. La tendencia general es que el comercio de servicios es más dinámico que el de bienes. Por las transformaciones tecnológicas y de hábitos, este fenómeno ha sido mucho más veloz y profundo dentro del sector de las industrias culturales. En este contexto es que el análisis de los datos sobre comercio de bienes y servicios culturales entre Argentina y España arroja algunas conclusiones a destacar. En primer lugar, que históricamente el intercambio comercial de bienes culturales entre Argentina y España estuvo sustentado básicamente en la producción editorial y que este ha sido mayormente deficitario para Argentina. También que, si bien las importaciones de bienes culturales desde España tienen un peso importante para Argentina, en los últimos años se verifica una baja en términos absolutos del flujo comercial.

En cuanto a los servicios se detecta un flujo comercial menos estático en cuanto a las posiciones deficitarias y una tendencia menos clara en cuanto a la evolución del volumen, pero que los últimos años ha superado el de bienes. Esto se explica en parte porque dentro de la canasta tipos de servicios no se encuentra la de Servicios digitales audiovisuales (streaming), que se caracteriza por un comportamiento más estable, sino que lo que se comercializa tiene que ver con licencias de uso y actividades en vivo que son más fluctuantes en el tiempo. Es en este sentido, que el estudio de casos puede arrojar mayores precisiones a la hora de diagramar políticas públicas y recomendaciones.

7. Recomendaciones

En la XX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Cultura celebrada en Bogotá en 2019, se acordó “Incrementar los esfuerzos para desarrollar el mercado iberoamericano de las industrias culturales y creativas. El apoyo a los mercados regionales de industrias culturales en la región, en el que participan especialmente sectores de la micro, pequeña y mediana empresa creativa, resulta estratégico al momento de aunar esfuerzos entre los países de la región a la hora de implementar acciones para que la cultura y la economía creativa hagan un aporte decisivo a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en sintonía con la Estrategia Iberoamericana de Cultura y Desarrollo impulsada por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) en coordinación con la OEI.

Haciendo eco de este compromiso, y ante el nuevo escenario mencionado anteriormente por el que atraviesa el sector, surgen nuevas preguntas para pensar a las industrias creativas en general, y en particular comprender la problemática del intercambio entre Argentina y España abordada en este estudio:

- ¿Cómo modernizar las políticas públicas para la creatividad en el entorno digital?
- ¿Cómo considerar el comercio electrónico en los acuerdos comerciales internacionales?
- ¿Cómo involucrar a los actores digitales locales y proteger la remuneración “online” de los artistas?
- ¿Cómo abordar las fracturas y desigualdades digitales para democratizar el acceso?
- ¿Cómo consolidar canales de circulación de bienes y servicios culturales entre ambos países?

Para intentar responder -en todo o en parte- algunas de estas preguntas, y en base a los distintos mecanismos de intervención pública que se vienen estudiando en trabajos anteriores¹⁶, a continuación se esbozan una serie de propuestas de políticas públicas para apoyar y fortalecer el intercambio de industrias creativas entre España y Argentina y hacerlo más sostenible. Para ser consideradas, las políticas se han categorizado bajo una taxonomía que toma como criterio principal el beneficiario o público objetivo. Así es como se distinguen en primera instancia dos tipos de intervención pública: por un lado, aquella donde los instrumentos apuntan a impulsar la oferta creativa y por el otro, aquella que interviene en el impulso de la demanda por creatividad. Siguiendo este criterio, se incorpora un tercer tipo de intervención que se refiere a las políticas de regulación que intervienen en un punto medio, es decir en la relación entre oferta y demanda.

Asimismo, para potenciar la oferta se distinguen tipos de instrumentos según el énfasis de las políticas culturales, pudiendo éstos ser de tipo directo, indirecto, de regulación o de formación de capital humano y asistencia técnica y para la demanda de tipo directo, indirecto y de formación de públicos.

Cabe señalar, que en la taxonomía utilizada a continuación para clasificar de forma ordenada y jerárquica las recomendaciones, se han priorizado algunas categorías. Para incentivar la oferta: subsidios, créditos, beneficios tributarios, capacitaciones y asistencia técnica. Para incentivar la demanda: voucher de consumo cultural y medidas de regulación de precios.

Esta es una forma de identificar y sistematizar instrumentos de fomento de la economía creativa con foco en el objeto del presente informe: lograr una relación cultural y comercial más fluida entre Argentina y España, con herramientas que promuevan las exportaciones de los bienes y servicios de sus respectivas industrias creativas.

¹⁶ Políticas públicas para el impulso de las industrias creativas en el contexto iberoamericano actual, OEI, Andrés Gribnicow (2021)

Tipo de intervención pública según destinatario	Tipo de instrumento	Medidas recomendadas	Mecanismos innovadores de implementación
Oferta	Directo	Subsidios (Fondo concursable o asignación directa no reembolsable)	<p>Apoyo financiero específico para la movilidad de artistas, que permita corregir los desequilibrios existentes y lograr un acceso equitativo a los mercados de los países desarrollados.</p> <p>Estimular la industria del match funding: representa una versión apalancada del crowdfunding, esta vez con fondos públicos, el cual otorga estímulos a los creadores para atraer financiamiento privado y también de origen extranjero para sus proyectos de internacionalización.</p>
		Créditos (préstamo o asignación reembolsable)	Fondos de Garantías Recíprocas: Los Estados pueden generar una mayor cultura de inversión en las exportaciones e importaciones de bienes y servicios de la economía creativa motivando el financiamiento privado a través de garantías crediticias ofrecidas desde Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR) que son creadas por el propio sector público con condiciones más adecuadas al sector cultural, que se caracteriza por tener grandes dificultades para acceder al crédito por la falta de garantías suficientes para las entidades bancarias tradicionales.
		Provisión directa (Infraestructura pública y elencos estables)	<p>Mejoras y actualización de la infraestructura pública para ser destinada a escenarios internacionales (salas de teatro, museos, centros culturales, bibliotecas) para responder a los estándares internacionales que permiten recibir compañías extranjeras en gira.</p> <p>Innovación en cuanto a la regulación de las condiciones de trabajo de los elencos estables para incrementar su movilidad, de acuerdo a los cambios en la forma de circulación de contenidos culturales (que logren agilizar la logística y la gestión de las giras internacionales).</p>

	Indirecto	Beneficios tributarios (Beneficios para donantes del sector privado, artistas y organizaciones culturales)	Promover casos de éxito en materia de políticas de incentivo fiscal a las exportaciones de bienes y servicios culturales a través de la divulgación e incorporación de leyes de desgravación impositiva para el desarrollo cultural.
	Formación de capital humano y asistencia técnica	Capacitaciones y desarrollo de capacidades (Programas de formación y capacitación para artistas y gestores que incluyan residencias de intercambio)	Promover la formación de competencias de los creadores y trabajadores de la cultura vinculadas a los nuevos lenguajes y narrativas digitales: estrategias comerciales innovadoras para la exportación de contenidos, uso de recursos digitales para el desarrollo de negocios internacionales y nuevos modos de vinculación con audiencias internacionales, residencias de intercambio para artistas, entre otros.
		Fomento productivo a través de asistencia técnica a emprendimientos (Servicios públicos especializados para brindar asistencia a emprendimientos)	Robustecer competencias para los intermediarios de la internacionalización: fortalecer competencias de los eslabones asociados a la intermediación, los cuales contribuirían a la profesionalización del sector en su conjunto. Este robustecimiento de competencias resultará útil para incorporar al modelo de negocios los nuevos desafíos asociados a la digitalización para alcanzar el mercado global.
Demanda	Directo	Voucher de consumo cultural o creativo para el consumidor final/audiencia (Asignación según NSE)	Impulsar medidas de fomento al consumo cultural de bienes y servicios provenientes del otro país. Este tipo de instrumentos puede estar orientado a sectores vulnerables o a segmentos de públicos específicos (jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad, etc.).
		Voucher de consumo cultural o creativo para el consumidor intermedio: Financiamiento para la contratación de servicios creativos que generen innovación o valor agregado en empresas	Este mecanismo generalmente consiste en identificar un sector específico (por ejemplo, pequeñas y medianas empresas [PyME] o startups) y ofrecerles un voucher que se puede utilizar para comprar bienes o servicios específicos. En particular, el voucher de crédito sirve

		tradicionales. (Postulación a fondos no reembolsables previa evaluación de perfil por parte de un comité)	para crear lazos entre las empresas creativas (diseño, editorial, ambientación, audiovisual, videojuegos, etc.) y los sectores tradicionales, debido a la condición que se impone a éstas últimas de canjear el voucher por servicios de las empresas creativas. Al aplicarlo en el plano internacional, el mismo podría funcionar como un acelerador de relaciones comerciales internacionales entre ambos países.
	Indirecto	Regulación de precios (Tratamiento impositivo diferenciado para bienes culturales)	Considerar el tratamiento impositivo diferenciado para la compra y venta de bienes y servicios culturales en el mercado internacional, algo así como un "Tax Free cultural" y "PVP fijo" para productos de ambos países que incentiven las transacciones culturales entre Argentina y España.
	Formación de públicos	Políticas de educación artística y exposición a expresiones culturales (Asignación de fondos para proyectos de educación artística)	Generación de instrumentos que fomenten la educación artística para espectadores, que incluya la interpretación de los nuevos hábitos de comportamiento y consumo social, que permitan desarrollar estrategias de innovación para atraer audiencias, fidelizar públicos y monetizar bienes y servicios culturales tanto en formato presencial como en formato digital, lo que se ha vuelto una necesidad de primer orden para el sector.
Regulación y Promoción de la oferta, la demanda y el mercado	Legislaciones y fiscalización	Regulación de la movilidad de artistas	Políticas y medidas nacionales, incluido mecanismos de trato preferente, para agilizar la movilidad de los artistas y profesionales de la cultura entre España y Argentina y así facilitar intercambios equilibrados de bienes y servicios culturales entre ambos países.
		Regulación a través de Derechos de Autor	Evaluar la regulación y fiscalización en ámbitos del derecho de autor internacional para asegurar el pago correspondiente a los creadores por exhibición de contenido en plataformas digitales extranjeras. A su vez, promover el pago de derechos a través de estrategias de concientización y difusión. Para lograr esto, es preciso fortalecer los acuerdos existentes con las

			Sociedades de Gestión de ambos países que recaudan para cada sector.
		Programas Interministeriales de fomento de la economía creativa	Impulsar una agenda de internacionalización de las industrias creativas en conjunto con otras carteras ministeriales involucradas, que permita posicionar a la cultura como un bien nacional exportable.
		Promoción de las exportaciones	Promover la Internacionalización cultural mediante mecanismos que permitan aglutinar la oferta de cada uno de los países (catálogos de artistas y locaciones), así como promover los respectivos mecanismos de comercio internacional ad hoc que faciliten su intercambio. A su vez, incorporar estrategias de exportación y protección de bienes culturales en los acuerdos internacionales y referéndum, así como regular y promover la exportación de servicios creativos en los mismos.
	Mercados Internacionales	Plataformas (físicas y virtuales) de difusión, vinculación, intercambio profesional y comercialización de bienes y servicios de las industrias creativas de países..	Incrementar los esfuerzos para desarrollar un mercado de industrias culturales y creativas para España y Argentina, como plataforma común para la difusión, el contacto, el asociativismo, la coproducción y el intercambio entre empresas culturales de ambos países. A su vez, promover y financiar la participación de oferentes y compradores argentinos y españoles en los mercados de industrias creativas que se organizan en ambos países.
	Programas de Cooperación Internacional	Apoyar los programas que fomenten el asociativismo y la coproducción entre creadores y productores de España y Argentina y la creación de centros de estudios basados en Iberoamérica orientados a la promoción del sector como factor de desarrollo social, cultural y económico.	Impulsar programas de incentivo a la coproducción entre España y Argentina a través del financiamiento de Foros de Coproducción en el contexto de festivales y mercados internacionales y otros programas de cooperación. A la vez, promover un sistema unificado de mapeo y medición del sector para ambos países, con un repositorio unificado que contenga entre otros: indicadores y experiencias relevantes, estudios y

			evaluaciones de impacto de utilidad regional.
	Promoción Cultural	Organización y financiamiento de festivales, ferias, exposiciones, mercados, conferencias, residencias y otras actividades culturales bilaterales	Promover desde cada Estado la realización de eventos culturales que logren capitalizar el valor simbólico y el vínculo afectivo entre ambos países. Festivales, ferias, exposiciones, mercados, conferencias, residencias de intercambio y otras actividades que cuenten con la participación de artistas de Argentina y España, utilizando los distintos mecanismos recomendados en este apartado para asegurar su presencia.

Los instrumentos de política pública anteriormente descritos forman parte de una serie de recomendaciones para la consolidación de un “puente cultural transnacional” entre Argentina y España apoyado por los Estados a través de financiamiento, promoción y regulaciones específicas. La propuesta se basa, por un lado, en fortalecer y modernizar el sistema de apoyo financiero a las PyMES argentinas y españolas de la economía creativa que tienen el desafío de hacer frente a sus obligaciones a la vez que identificar nuevas oportunidades de negocio para la comercialización de sus bienes y servicios. Por el otro, esta guía de recomendaciones se orienta a contribuir a una mejora de las competencias de creadores y trabajadores de la cultura en general, prepararlos para la apertura hacia nuevos mercados, a la vez que motivar el consumo cultural a través de la formación de nuevos públicos y audiencias en el contexto de la transformación digital de escala global a la que asistimos actualmente.

A partir del valor simbólico que cada país le asigna a la cultura del otro, y por lo tanto del vínculo emocional que une a sus respectivas comunidades más allá de las distancias geográficas, las recomendaciones de este informe se orientan a consolidar un intercambio enriquecedor a través de una relación equilibrada entre ambos países. Imaginamos una autopista de doble vía que agilice las transacciones de sus respectivos contenidos creativos gracias a los instrumentos aplicados a tal fin. Un círculo virtuoso de indudable relevancia para una cooperación construida –en sintonía con los valores de la OEI- de forma horizontal entre dos de los más trascendentales países de Iberoamérica que vienen gestando desde hace años un fenómeno de interculturalidad digno de un caso de estudio.

Andrés Gribnicow, 27 de febrero de 2023

Colaborador especial: Gerardo Sanchez Katz

8. Bibliografía y otras fuentes de consulta

8.1. Bibliografía general

AGUALDO, L; PALMA L.

(2010) "Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía", Revista de Economía Institucional 12(January-June):129-165

BAKHSI, H., CUNNINGHAM, S. & MATEOS-GARCIA, J.

(2015) Public policy for the creative industries. In The Oxford handbook of creative industries (pp. 465-485). Oxford: Oxford University Press.

BAKHSI, H. & CUNNINGHAM, S.

(2016) Cultural policy in the time of the creative industries. National endowment for science, technology and the arts.

BENAVENTE, J. & GRAZZI, M.

(2018) "Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe" Banco Interamericano del Desarrollo. 2018

FLICK, U.

(2004) Introducción a la investigación cualitativa (Trad. T. del Amo). Madrid: Morata.

GALLOWAY, S., & DUNLOP, S

(2007) A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy. International journal of cultural policy, 13(1), 17-31.

PRICE, J. J.

(2018) Racionalidad económica de la política cultural. Estudios Públicos, (144).

RODRIGUEZ, L.

(2018) "Economía creativa en América Latina y el Caribe. Mediciones y desafíos" Banco Interamericano de Desarrollo

SINCA, Sistema de Información Cultural de la Argentina

(2022) COYUNTURA CULTURAL. EL COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES Año 14 Número 42. Resultados 2021

(2020) Una década de comercio exterior editorial en Argentina

(2019) COYUNTURA CULTURAL. EL COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES Año 11 Número 27. Resultados 2018

(2017) Encuesta Nacional de Consumos Culturales, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), Ministerio de Cultura de la Nación.

(2010) Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina.

THROSBY, D.

(2010) The Economics of Cultural Policy. Cambridge: Cambridge University Press.

8.2. Documentos consultados

- Carta Cultural Iberoamericana, 2006, XVI Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de 2006 en Montevideo.
- La Convención de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, (UNESCO).
- Convenio de Cooperación Cultural entre la República Argentina y el Reino de España, 2017.
- Evaluación del impacto del Covid-19 en las industrias culturales y creativas. Una iniciativa conjunta del Mercosur, UNESCO, BID, SEGIB y OEI, 2021

- Financiamiento público a la cultura y la creatividad en América Latina y Caribe: presupuestos, instrumentos y perspectivas, Sofía Lobos, Valentina López y Andrés Gribnicow, 2021, BID.
- Políticas públicas para el impulso de las industrias creativas en el contexto iberoamericano actual, OEI, Andrés Gribnicow (2021)
- Re-pensar las políticas culturales. 10 años de promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo, 2016, UNESCO.
- Repensar las políticas culturales, 2018, UNESCO.
- Re-Pensar las Políticas Culturales, Creatividad para el Desarrollo, 2018, UNESCO.
- Marco de Estadísticas Culturales, 2009, UNESCO.
- Culture 2030 Indicators, 2019. UNESCO.
- Repensar las políticas para la creatividad, 2022, UNESCO.
- La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica, 2021, OEI, CEPAL.

8.3. Artículos en línea

- <https://www.infobae.com/america/cultura-america/2018/05/07/editores-espanoles-independientes-y-el-flujo-del-libro-a-ambos-lados-del-atlantico/>
- https://tn.com.ar/sociedad/la-historia-de-los-amigos-argentinos-que-abrieron-la-primera-libreria-latinoamericana-en-espana_967962/
- <https://latapeinada.com/festival-lata-peinada/>
- <https://www.contextodeeditores.com/campanas/>
- <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/gustavo-yankelevich-desembarca-en-madrid-con-el-musical-sobre-los-puentes-de-madison-queriamos-nid01122022/>
- <https://www.baenegocios.com/espectaculo/Argentina-irrumpe-gran-presencia-en-el-Festival-de-Cine-de-San-Sebastian-20220917-0018.html>
- https://www.clarin.com/espectaculos/cine/pedro-almodovar-creo-nadie-merece-convivir-alguien-0_CZwksghTPO.html

8.4. Bibliografía descargable

- Benavente, José Miguel; Grazi, Matteo (2017); “Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe”; Banco Interamericano de Desarrollo (BID). [Link de descarga](#)
- Buitrago Restrepo Felipe y Duque Iván, (2013), La Economía Naranja, una oportunidad infinita, Washington DC, Banco Interamericano de Desarrollo (BID). [Link de descarga](#)
- Luzardo, Alejandra; De Jesús, Dyanis; Pérez, Michelle, (2017); Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo (BID). [Link de descarga](#)
- La cultura en los objetivos de desarrollo sostenible: Guía práctica para la acción local (CGLU, Agenda 21 Cultura), 2018. [Link de descarga](#)
- Música y danza entre España y América (1930-1960): Diplomacia, intercambios y transferencias, Martínez del Fresno, Beatriz; Pérez Zalduondo, Gemma, Fondo de Cultura Económica de España, 2021. [Link de descarga](#)
- Producción, Coproducción e Intercambio de Cine entre España, América Latina y el Caribe, Ruffo Caballero (Coord.), Fundación Carolina CeALCI, 2006. [Link de descarga](#)
- Dos escenarios, Intercambio teatral entre España y Argentina, Osvaldo Pellettieri (Dir.), Galerna, 2006. [Link de descarga](#)

