

Políticas Culturales

La cultura en movimiento: el Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR)

Hace unas semanas se realizó en Argentina la primera edición del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR), que tiene como antecedente el trabajo que se ha llevado a cabo en dicho país, el cual cuenta desde 2011, con el llamado Mercado de Industrias Culturales de Argentina (MICA), un espacio-evento en el cual se alientan los negocios, el intercambio y la promoción del conglomerado de creadores y emprendedores culturales.

Desde entonces, el MICA se ha desarrollado en diversas regiones de Argentina bajo los auspicios de la entonces Secretaría de Cultura (ahora Ministerio de Cultura) y con el apoyo de los ministerios de Industria, de Relaciones Exteriores, de Comercio Internacional y Culto, de Trabajo, Empleo y de Seguridad Social, el de Turismo y, el de Planificación Federal. Los sectores que han tenido presencia son los que tienen que ver con las artes escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música y videojuegos.

El asunto de las industrias culturales, para el caso argentino, no es sólo una cuestión discursiva y academicista, sino que tiene importancia de manera concreta por el hecho de que existe una Dirección Nacional de Industrias Culturales que tiene como encomienda fomentar la producción de una clase de bienes que no sólo tienen que ver con el aspecto simbólico, sino también se encuentran generando una renta que alcanza el 3.8 por ciento del PIB.

El tema puede ser aleccionador para México en donde, de acuerdo a las más recientes cifras del CONACULTA, el aporte de la cultura es del 2.7 por ciento del PIB, de acuerdo a la Cuenta Satélite de Cultura 2014; existen varios temas pendientes en la agenda de las industrias culturales como su reconocimiento en el sistema de clasificación económica; la generación de nuevos marcos legales que fomenten la producción y el consumo cultural (en Brasil existe, por ejemplo, el programa vale-cultura, a través del cual los trabajadores reciben una tarjeta de aproximadamente 300 pesos mensuales para la compra y consumo de diversos productos y servicios culturales bajo un esquema de cofinanciamiento Estado-trabajador); medidas para garantizar la seguridad social y valoración del trabajo de los creadores y artistas.

Así, el MICSUR, está pensado no sólo como una plataforma amplia para el intercambio de los bienes y productos culturales de los países de dicha región sino, también, como un punto de encuentro para visibilizar la producción cultural de Sudamérica. Rodolfo Hamawi, desde la Dirección Nacional del Industrias Culturales hizo el siguiente balance: "El MICSUR fue un tremendo éxito por la masiva participación de los 10 países sudamericanos. Algunos datos del evento son 3,100 acreditados; 9,700 reuniones de negocios; 1,200 productores, conferencistas y funcionarios; 80 mesas redondas, conferencias y talleres animaron el presente y el futuro de las industrias culturales. Este mercado apostó a las pequeñas y medianas empresas y también a los jóvenes, que son los que garantizan la continuidad del desarrollo de las industrias culturales de la región", señaló el funcionario.



**Andrés
López
Ojeda**

Semblanza 

“Hace unas semanas se realizó la primera edición del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR), un espacio-evento para el aliento de los negocios, el intercambio y la promoción del conglomerado de creadores y emprendedores culturales”

Cabe destacar algunos de los compromisos generados, los cuales además de la promoción de los productos y bienes, apuntalan a acciones más estructurales de la producción cultural como lo son la apertura de mercados y cierta desregulación para favorecer la circulación y exportación de los bienes. En este sentido, se propuso la puesta en marcha del formato Exporta Fácil, un sistema a través del cual los actores culturales distribuyen sus productos de forma gratuita mediante el correo postal.

Igualmente se propuso la construcción de una red de artesanías que puede ser fundamental para la realización de ferias y para la incorporación de dichos bienes al mercado de las industrias culturales, así como la creación de una plataforma de radiotelevisoras públicas para compartir programas, eventos deportivos e información.

Pero no fue sólo eso, también se negociaron acuerdos para el intercambio teatral entre países iberoamericanos; la realización de festivales-mercados de cine; se comenzó a trabajar en la creación de un corredor cultural y una red de canciones de autor entre Perú, Bolivia, Colombia y Argentina. Esta última red podría alcanzar, inclusive a Centroamérica.

“Algunos de los compromisos generados, además de la promoción de los productos y bienes, apuntalan a acciones más estructurales de la producción cultural como lo son la apertura de mercados y cierta desregulación para favorecer la circulación y exportación de los bienes”

Aunque todavía no se cuenta con mayores detalles sobre las acciones y se puede pronosticar poco acerca del derrotero que puedan seguir, vale la pena señalar la perspectiva que se tiene sobre la cultura.

En este sentido, Mónica Guariglio, del Ministerio de Cultura argentino declaró que “la cultura es estratégica por su transversalidad; es el sector que puede abrir espacios y provocar la unidad en la diversidad. El papel de la cultura es fundamental para abrir políticas inclusivas”. Por su parte, Américo Córdula, representante del Ministerio de Cultura brasileño ha señalado que “se debe construir la posibilidad de destruir las fronteras geográficas e ir hacia la integración y el conocimiento de otras culturas”.

No por nada, el lema del MICSUR fue “Cultura, empleo y comercio exterior para la integración”, y el peso de las industrias culturales para los diez países que participan de dicha política de integración oscila entre el 2 y 4 por ciento del PIB de cada una de sus economías.

La pertinencia y necesidad de avanzar en la conformación de mercados más amplios fue sintetizada de mejor manera por Carlos Tomada, Ministro del Trabajo argentino al afirmar que “la importancia del MICSUR para todos los que hemos tardado 200 años para volver a mirar a los ojos a nuestros hermanos latinoamericanos, es que volvimos a recuperar la idea de Patria Grande, de saber que tenemos diferencias, diversidad pero tenemos un destino común como lo pensaban (José de) San Martín o (Simón) Bolívar. El MICSUR da testimonio

de eso”. ◆

“El caso de Argentina, tiene la encomienda de fomentar la producción de bienes que no sólo tienen que ver con el aspecto simbólico, sino que generan una renta que alcanza el 3.8 por ciento de su PIB. El tema puede ser aleccionador para México en donde, el aporte de la cultura es del 2.7 por ciento”