

**Convención 2005 de
UNESCO para la
diversidad de las
expresiones culturales:
Una herramienta para
el sector cultural
latinoamericano**

FORMA CIÓN

En línea

**Del 6 al 28 de
Noviembre de
2020**



in cooperation with the
German Commission for UNESCO





SESIÓN 6: Diversidad cultural en el entorno digital

Oportunidades, adaptación de las leyes, inteligencia artificial

Con M^a Trinidad García Leiva
mtgleiva@hum.uc3m.es

OBJETIVOS

1. Detectar y comprender las oportunidades pero también los desafíos que se presentan a las expresiones culturales en el entorno digital
2. Analizar el rol que desempeña la inteligencia artificial en el sector cultural
3. Clarificar, en ese contexto, el papel y potencialidades de la Convención

*¿Cómo afecta el entorno digital
a la diversidad de las expresiones culturales?*

CONTENIDOS

A. Desafíos del entorno digital a la diversidad cultural y la Convención

- Clarificando nociones
- Retrato de situación
- Análisis de lógicas, oportunidades y amenazas
- La importancia de la Convención

B. Inteligencia Artificial

- La IA y la cadena creativa
- La IA: una nueva cartografía
- IA, ética y políticas públicas

1.INTRODUCCIÓN

1. Lo digital

- Representación de información mediante codificación binaria (0 y 1); base de las TIC (sistemas, dispositivos o procesos); ventajas (calidad, capacidad, convergencia...)
- *Las tecnologías digitales influyen en la evolución de la diversidad de expresiones culturales de una manera única... pero no únicamente.*

2. Las expresiones culturales y las industrias culturales

- Las industrias culturales son una vía privilegiada para materializar la diversidad cultural en el mundo contemporáneo; el audiovisual tiene un papel y peso destacado
- *Difícil pensar hoy la diversidad de las expresiones culturales sin pensar en las industrias culturales*

3. La diversidad de/en las industrias culturales

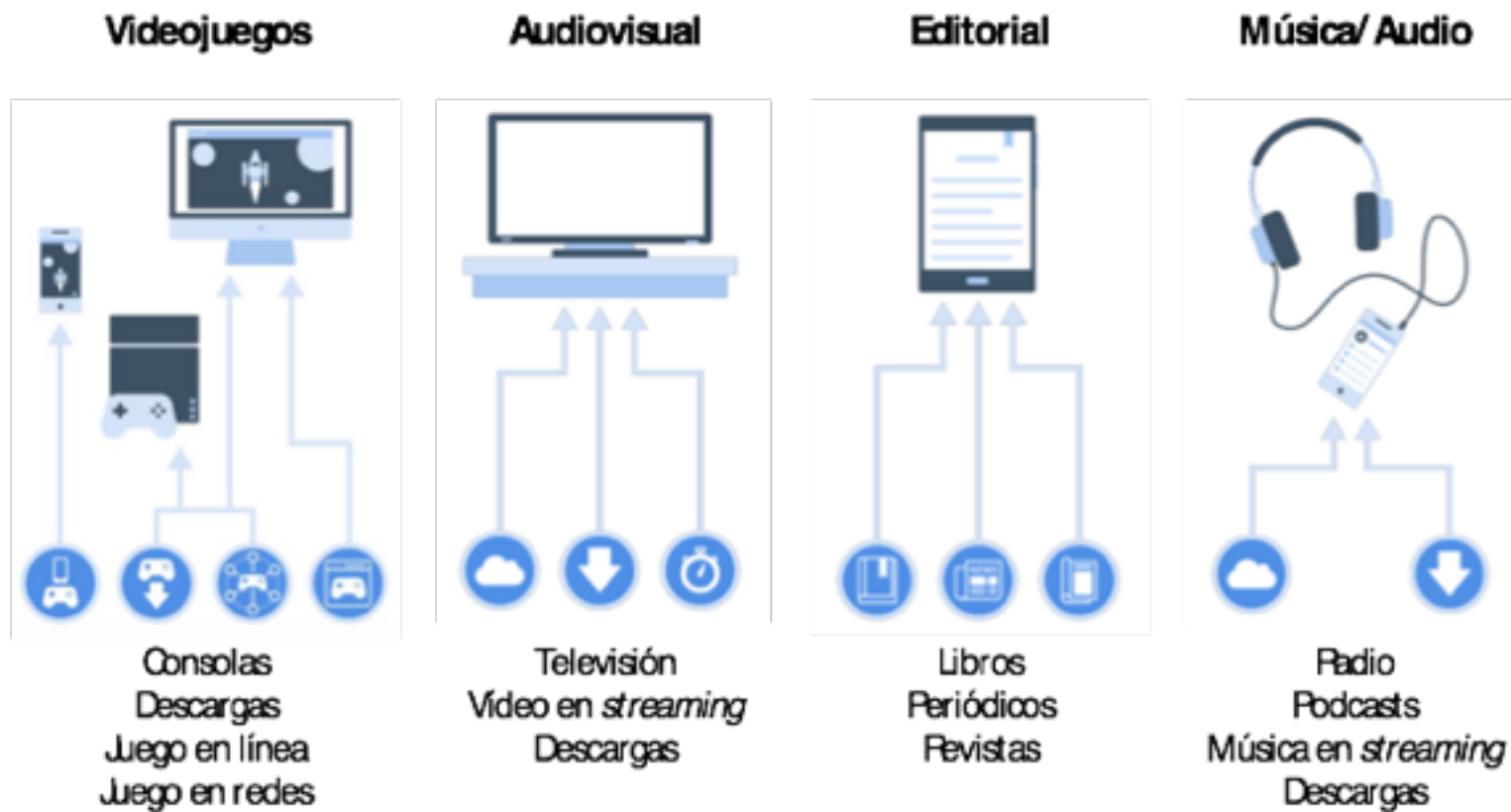
- *Relación no evidente ni 'natural'; visión integral, depende de una multiplicidad de factores*

La diversidad **de/en** las industrias culturales

- La capacidad de producción, distribución y exhibición/emisión de contenidos no debe estar concentrada en un número reducido de agentes, y éstos deben caracterizarse por tener diferentes tipos de titularidad, tamaño y origen geográfico.
- Los contenidos deben exhibir diferencias de variedad, balance y disparidad en términos de valores, identidades y estéticas. Tales contenidos deben reflejar tanto la multiplicidad de grupos que conviven en una determinada sociedad como hacerse eco de las expresiones de culturas foráneas.
- Los ciudadanos deben tener ocasión de acceder y elegir entre un elevado número de contenidos, e, incluso, crearlos y difundirlos.

Fuente: Grupo Diversidad Audiovisual (Universidad Carlos III de Madrid; diversidadaudiovisual.org)

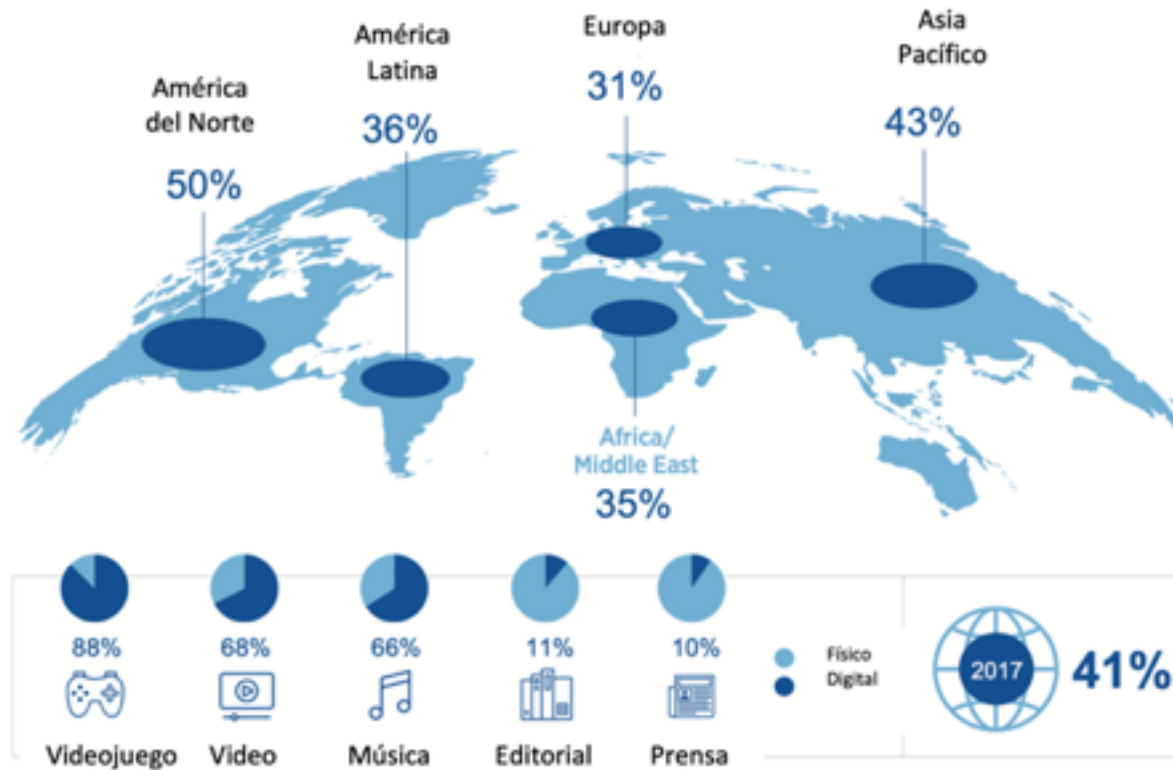
2.SITUACIÓN



Fuente: elaboración propia a partir de Statista

La cultura es cada vez más digital

El peso de lo digital en los ingresos por tipo de contenido (2017)

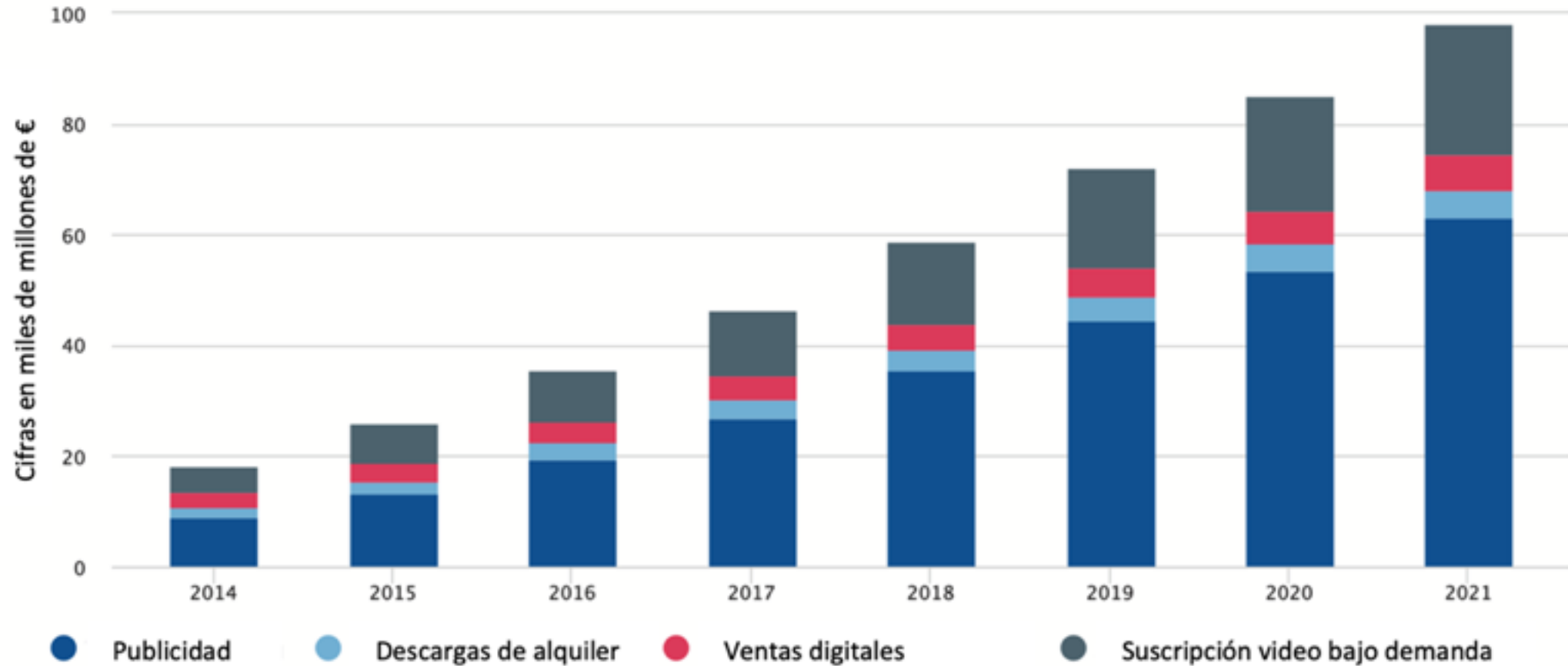


Fuente: IDATE Digiworld Yearbook 2019

La cultura digital es cada vez más

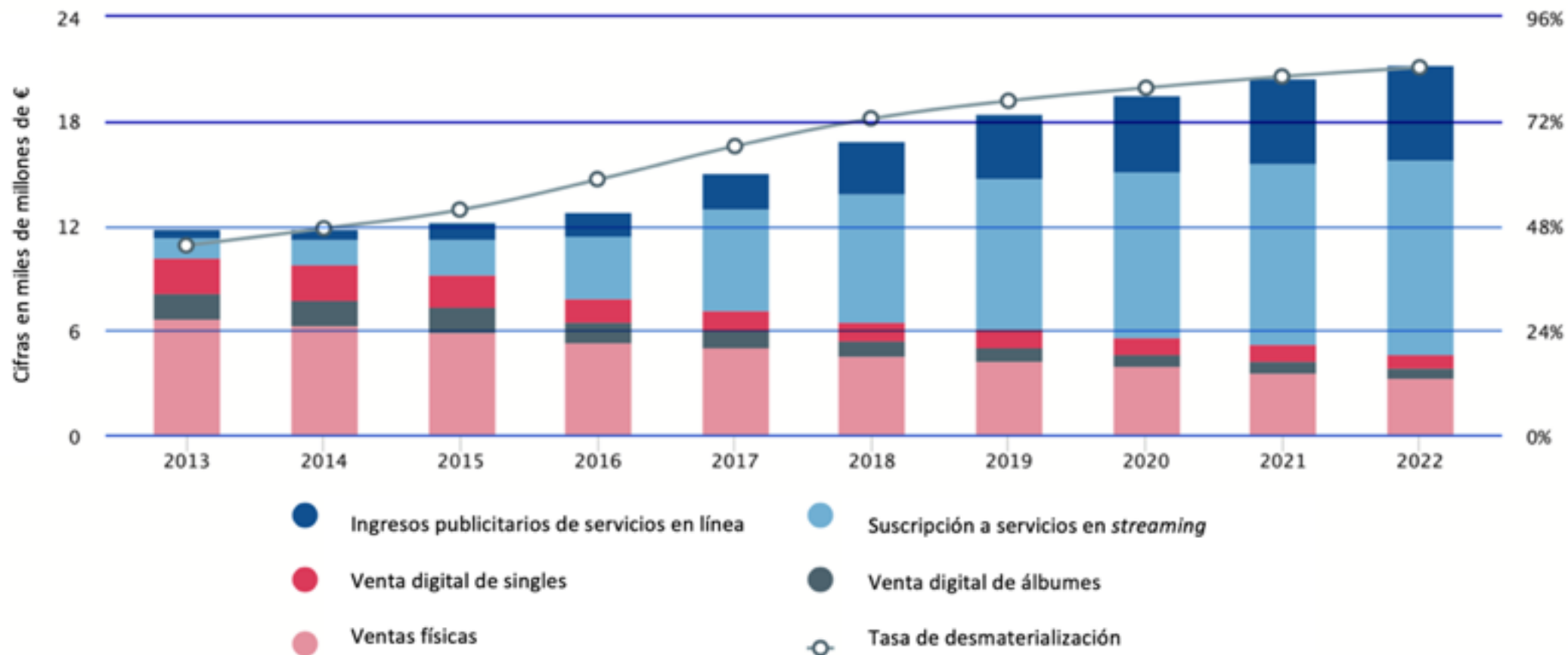
- *Cuanto mayor es la tasa de digitalización más fuerte el crecimiento*
- Algunos ejemplos:
 - Industria televisiva
 - Aunque la TV lineal siga siendo dominante el consumo bajo demanda es el que impulsa el crecimiento
 - Desde 2013 el consumo de video OTT ha crecido una media anual de 36,9%
 - Industria musical
 - Las ventas digitales representan más de la mitad de los ingresos totales del sector
 - Las descargas tanto de *singles* como de álbumes se han mantenido en constante descenso desde 2015 conforme ha ido en aumento la suscripción a servicios en *streaming*

Crecimiento global de ingresos por video OTT (2014-18 y proyección)



Fuente: IDATE Digiworld Yearbook 2019

Tasa de desmaterialización y crecimiento de los ingresos de la industria musical (2014-18 y proyección)



Fuente: IDATE Digiworld Yearbook 2019

La cultura digital es cada vez más global



Mayor vendedor de
publicidad digital del
mundo; acapara +30% del
gasto



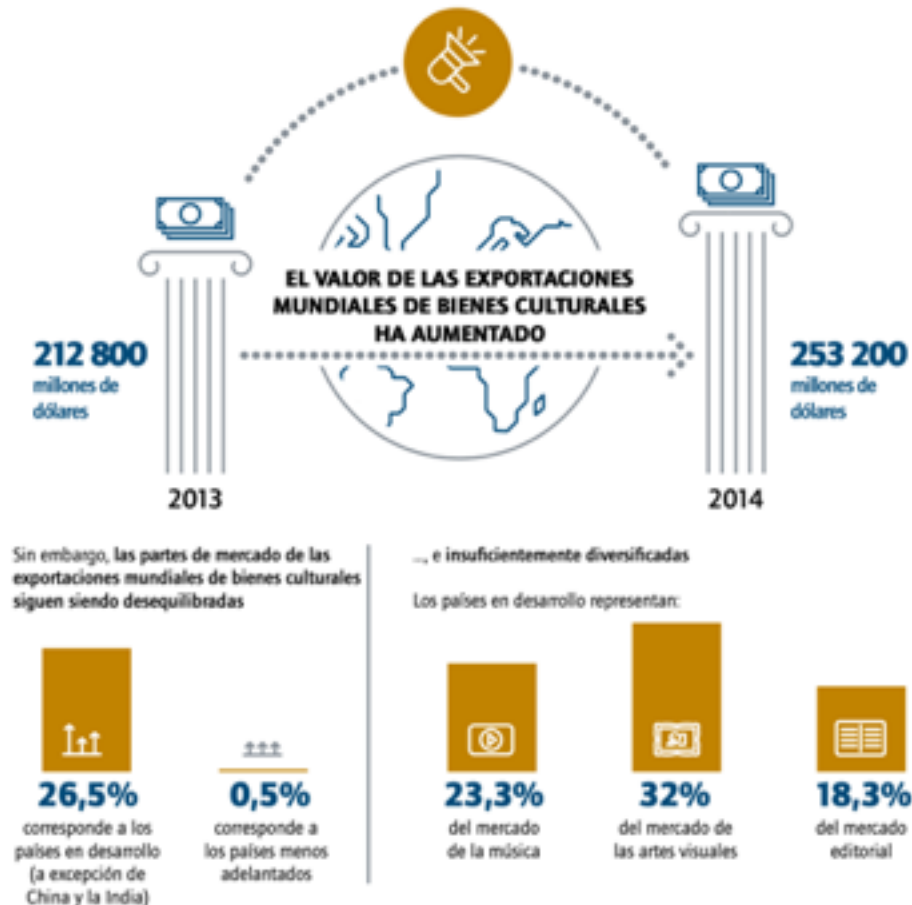
Más de 180 millones de
abonados en todo el mundo;
usuarios ven promedio de 2h
vídeo/día



Mil millones de horas al día
de contenido visionado;
500h de vídeo
uploaded/minuto

Fuente: elaboración propia con datos de eMarketer, Comparitech y Business
Statistics

Toda la cultura (digital) no viaja igual



“Las barreras comerciales, la escasez de medidas de trato preferente y la capacidad limitada de recursos humanos o financieros siguen obstaculizando la penetración de los países en desarrollo en los mercados de bienes culturales de los países del hemisferio norte”

Fuente: Re | Pensar las políticas culturales (UNESCO, 2018: 129)

Una diversidad (digital) no asegurada

- La diversidad no es inherente al funcionamiento de las industrias culturales, no es algo que ocurra ‘naturalmente’
 - Naturaleza económica peculiar
- La aplicación exclusiva de las reglas del mercado al sector cultural representa de hecho una amenaza
 - Homogeneización; peligro para las expresiones ‘menos rentables’
- Su salvaguarda es materia de interés general
 - Los productos culturales son al mismo tiempo portadores de valores, identidad y sentidos que exceden su valor comercial

La necesidad de promoción y protección

- Sin medidas compensatorias la diversidad no está asegurada
 - NO es seguro el acceso a libros, películas, canciones... de distintas partes del mundo NI que puedan ser creados y producidos en distintas partes del mundo (y por tanto exportados)
- Cómo asegurar la diversidad
 - Políticas públicas y cooperación orientadas por una aproximación integral y multidimensional
 - Pensar en las fuentes y los contenidos pero también en la exposición a los mismos
 - Cuántos tipos de cosas tenemos (variedad), qué cantidad de cada tipo de cosas tenemos (balance), y qué grado de diferencia existe entre esos tipos de cosas (disparidad)

¿Cómo afecta el entorno digital a la diversidad de las expresiones culturales?

- De forma no unívoca ni homogénea
 - Consideración de impactos según país, sector cultural, agentes implicados...
- Con resultados negativos si intervención no existe/es débil
 - Papel minoritario para ciertas expresiones y tipos de creadores/productores
 - Intercambios internacionales desiguales
- Presentando tanto oportunidades como desafíos

3. ANÁLISIS

- ¿Oportunidades vs. amenazas?
 - No minimizar el impacto de las tecnologías digitales sobre la cultura (industrializada); auténtica convulsión creación-producción, distribución y consumo
 - Tampoco celebrar acríticamente

El entorno digital y sus lógicas

- Las lógicas complejas en las que se mueven los agentes deben identificarse y sopesarse con cuidado
- Lógicas en tensión (Rioux y otros, 2015):
 - Desmaterialización
 - Descompartimentalización
 - Desintermediación
 - Deslinearización
 - Desterritorialización

(Des)materialización

- Abandono progresivo de soportes físicos
 - Reconversión de los bienes en servicios
 - El consumo es cada vez más una cuestión de acceso que de apropiación
- ¡No olvidemos la materialidad de lo virtual!
 - Dispositivos
 - Servidores
 - Cables submarinos
 - ...
 - ¡La nube está en la tierra!



¡Se verifica una transformación de la materialidad cultural!

(Des)compartimentalización

- Debido a la convergencia desaparecen las fronteras entre sectores
- Emergencia del 'sector TIC'
- Promesas de los dispositivos multifunción
- Otras fronteras persisten (legales, políticas, socioculturales...)
- Hay múltiples estándares y/o sistemas (abiertos/ interoperables vs. propietarios/ cerrados)



¡Hay procesos convergentes... pero también divergentes!

(Des)intermediación

- Se puede acceder directamente a la producción de los creadores así como compartir contenidos
- El fin de los intermediarios y el desmantelamiento de la cadena de valor tradicionales

- Aparición de nuevas figuras y de nuevo tipo (otros sectores):
 - buscadores
 - agregadores
 - apps y sistemas operativos
- ...



¡Hay re-intermediaciones y desplazamientos!

(Des)linearización

- El fin de la puesta a disposición/consumo lineal
- De la programación en flujo al consumo a demanda
- *Anytime, anywhere, everywhere*
- Nuevas formas de prescripción/recomendación que configuran listas de contenidos y propuestas empaquetadas
- El rol de las interfaces de usuario



¡Aparecen nuevas formas de programar que no responden al azar!

(Des)territorialización

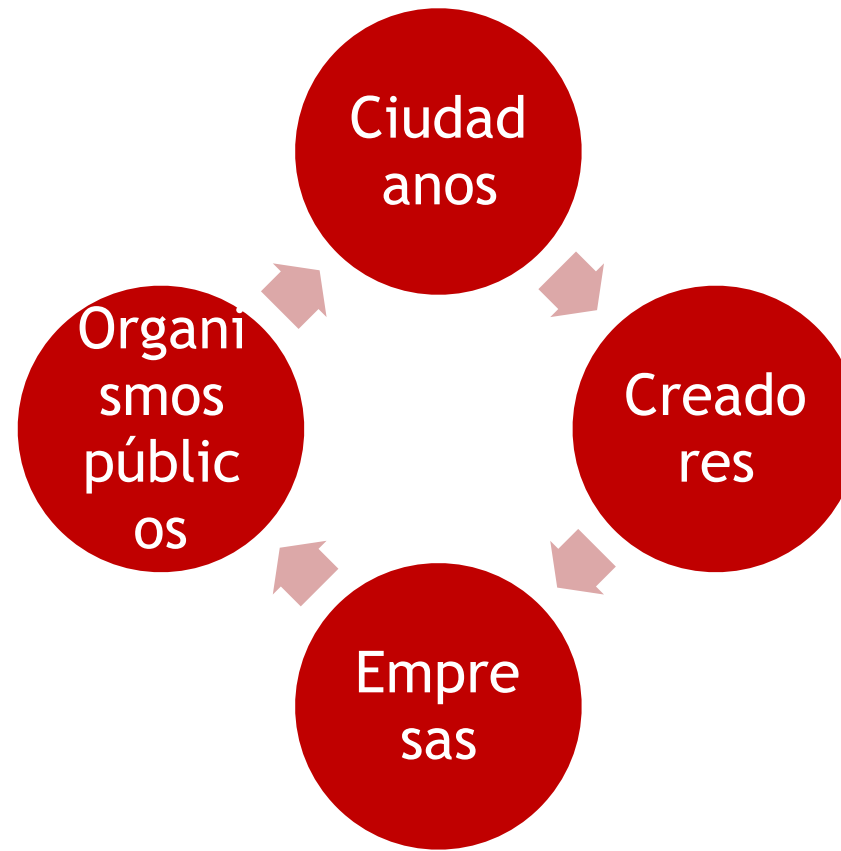
- Producción, distribución y circulación global cultural
- Flujos e interacciones transnacionales
- Desbordamiento de los Estados nación

- Producción y consumo marcados por “territorios de experiencia”
- Basados, por ejemplo, en identidades, lenguas y valores concretos



*¡Lo global se vive
localmente!*

Oportunidades y amenazas



	OPORTUNIDADES
Ciudadanos	-Vasta oferta cultural a disposición. -Aumento y mejora en el acceso, en términos de facilidad, rapidez, movilidad y coste. -Aumento de las ocasiones para participar en la vida cultural y el diálogo intercultural. -Posibilidad de iniciarse/desarrollarse en el mundo de la creación y la colaboración cultural en paralelo a su consumo.
Creadores	-Impulso a la experimentación e innovación, además de mayor flexibilidad a partir del uso de nuevas herramientas. -Aparición de nuevas ventanas de promoción y oportunidades de financiación, así como de alternativas para la autogestión de la carrera profesional. -Contacto directo con el público.
Empresas	-Mejoras en la competitividad debido a la desaparición/reducción de algunos costes de producción y/o distribución. -Generación de nuevos mercados, nichos y modelos de negocio. -Más facilidad y rapidez en la comunicación con los consumidores.
Organismos públicos	-Oportunidades para difundir actividades culturales y elaborar políticas de democratización cultural y comunicativa. -Nuevas herramientas para la compilación y tratamiento de estadísticas culturales.

Fuente: elaboración propia

AMENAZAS I

Ciudadanos

- Brechas en el acceso debido a distintos tipos de disparidades y desigualdades.
- Peligro de que las recomendaciones, la publicidad y las búsquedas personalizadas orienten el acceso hacia ‘bucles de conocimiento’ que limiten los descubrimientos.
- Sobreoferta o mayor visibilidad para cierto tipo de contenido (comercial) que se presenta, además, de modo dominante en una lengua (inglés).
- Dificultades crecientes para amortizar e interconectar equipos y sistemas operativos ante la falta de interoperabilidad y las ‘dependencias tecnológicas’ respecto de los equipos ya adquiridos.
- Complejidad creciente para controlar la gestión de los datos personales.

Creadores

- Multiplicación de las oportunidades para usos no autorizados de la creación cultural.
- Aumento de la competencia que no responde necesariamente a un único ámbito geográfico o sectorial de la producción cultural y que puede provenir incluso de los usuarios.
- Necesidad de enfrentar nuevas re-intermediaciones no siempre ejercidas por los agentes ya conocidos y, por tanto, debilitamiento de la capacidad de negociación.
- Mayor complejidad para obtener remuneración.

Fuente: elaboración propia

AMENAZAS II

Empresas

- Reconfiguración de la cadena de valor a partir de la transformación de procesos y roles que cuestionan la existencia o desempeño de los actores tradicionales (especialmente en la distribución y difusión/exhibición).
- Tendencia acelerada a la concentración: se refuerzan posiciones ya dominantes (*majors*) a la vez que se consolidan los agentes de peso (los GAFA).
- Dificultades para monetizar bienes y servicios dada la enorme competencia por los mismos recursos (publicidad y abono).
- Asimetrías regulatorias según sectores de la producción cultural y ámbitos de actuación.

Organismos públicos

- Dificultades para regular, con competencias nacionales, agentes y procesos transnacionales (y a veces globales).
- Ausencia de estrategias claras para preservar la cultura digital (repositorios, archivos...) y adaptar las políticas públicas existentes.

Fuente: elaboración propia

¿Cómo afecta el entorno digital a la diversidad de las expresiones culturales?

- De forma no unívoca ni homogénea
- Presentando tanto oportunidades como desafíos
- Redefiniendo el perfil y actuación de los agentes del sector
- Con resultados negativos si intervención no existe/es débil

4.LA CONVENCIÓN

- Marco excelente para dar respuestas
- Es un instrumento jurídico tecnológicamente neutral
- Puede implementarse en el entorno digital



Su pertinencia y utilidad son incuestionables porque lo que importan son sus principios

Su neutralidad tecnológica

- Redacción ‘inmune’ a la evolución tecnológica
- Se ajusta implícitamente al principio de neutralidad
 - Los derechos y obligaciones de las Partes se aplican independientemente de las tecnologías que puedan utilizarse para crear, producir, distribuir, difundir o promover expresiones culturales
 - Ninguna disposición anima a utilizar una tecnología en detrimento de otra ni a adoptar políticas o medidas que favorezcan unas u otras
- Su alcance no está condicionado a determinadas tecnologías sino que se define en relación con los contenidos, las obras creadas, producidas y difundidas... ¡las expresiones culturales!

Su adaptación al entorno digital

- Orientaciones prácticas aprobadas en la VI Reunión de la Conferencia de las Partes (2017)
- Deben interpretarse y aplicarse en relación con la Convención en su conjunto, promoviendo de este modo un enfoque transversal
- Proporcionan un marco estratégico para comprender, interpretar y aplicar la Convención en un entorno en el que se crean, producen, distribuyen, difunden y consumen y/o almacenan electrónicamente bienes y servicios culturales



Qué rol para el entorno digital

- Teniendo en consideración su perfil tecnológicamente neutral, así como sus orientaciones para aplicarla al entorno digital, la Convención fortalece la posición de los estados y la sociedad civil a la hora de enfrentar las oportunidades y desafíos que se presentan
- Aporta argumentos, ofrece instrumentos
 - Para adaptar leyes
 - (Re)diseñar políticas
 - Fortalecer la legitimidad de las decisiones

RECOMENDACIONES BIBLIOGRÁFICAS

OBLIGATORIAS

- Albornoz, L. A. y García Leiva, M. T. (2017). “Diversidad cultural, industria audiovisual y gobernanza”. En *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*, pp. 23-55. URL: <http://diversidadaudiovisual.org/diversidad-e-industria-audiovisual-el-desafio-cultural-del-siglo-xxi>
- UNESCO (2017). *Orientaciones prácticas para la aplicación de la Convención en el entorno digital*. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital_operational_guidelines_es.pdf

SUGERIDAS

- García Leiva, M. T. y Albornoz, L. A. (2017). “Industrias culturales y diversidad: viejos debates y nuevos desafíos”, *Quaderns del CAC*, 43, vol. XX, pp. 5-16. URL: https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q43_Leiva-Albornoz_ES.pdf
- UNESCO (2015). *Informe global - Re/pensar las políticas culturales 2015*. URL: <https://es.unesco.org/creativity/global-report-2015>

ADICIONALES

- Albornoz, L. A. (2016). *Diversidad e industria cinematográfica. Análisis de la encuesta del UIS del año 2014 sobre las estadísticas de largometrajes*. Instituto de Estadística de la UNESCO. URL: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/diversity-and-the-film-industry-an-analysis-of-the-2014-uis-survey-on-feature-film-statistics-2016-sp_0.pdf
- Albornoz, L. A. y García Leiva, M. T. (2018). “Oportunidades y desafíos para las industrias culturales en el entorno digital”. En Pedreira, J. et al. *Los contenidos culturales en el entorno digital. Retos económicos y jurídicos*. Madrid: Fundación Alternativas. URL: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/27389/industrias_albornoz_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gallego, J.I. (2017). “Remediación y diversidad. Tendencias actuales en la industria musical global”, *Telos Cuadernos de Innovación y Comunicación*. Nº 106. Fundación Telefónica, Madrid. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero106/tendencias-actuales-en-la-industria-musical-global/>
- Segovia, A. (coord.) (2016). *Revista CIC - Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 21, Universidad Complutense de Madrid, Madrid. URL: <http://diversidadaudiovisual.org/comunicacion-cultura-y-diversidad/>

Sobre la propiedad intelectual de este material

Esta presentación fue desarrollada por **M^a Trinidad García Leiva**

para la Federación Internacional de Coaliciones para la Diversidad Cultural (FICDC), en el marco del programa de formación en español para América Latina

***Convención 2005 de UNESCO para la diversidad de las expresiones culturales:
Una herramienta para el sector cultural latinoamericano***

Coordinado por Creatividad y Cultura Glocal A.C. en colaboración con la Red U40.



Para reutilizar este material se requiere de autorización expresa. Si está interesado favor de ponerse en contacto con la FICDC