

Estrategias de comunicación para las industrias creativas y culturales

Communication strategies for creative and cultural industries

Yitsel Alexandra Samudio

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

yitsel.samudio@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0009-0006-8524-9105>

Recibido: 24/10/2023

Aceptado: 26/08/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4817>

RESUMEN

Las Industrias Creativas y Culturales se han convertido en uno de los sectores pujantes que aportan al desarrollo de los países, activando una economía no tradicional basada en la creatividad, generando fuentes de empleo, competitividad y sustentabilidad. Esta es la motivación de estructurar un artículo que hace señalamientos puntuales sobre la revisión y el análisis de estudios que referencian la comunicación en las industrias creativas y culturales, presentando una perspectiva generalizada de la visibilidad y aspectos de estas actividades en un mercado sustentado en la génesis de los diferentes enfoques que se han manifestado en la evolución científica del tema. Se muestran resultados de investigaciones que destacan una serie de limitaciones que parten desde la falta de promoción, hasta la necesidad de establecer un plan de una comunicación efectiva para la ejecución de estrategias verdes. Para tales fines, se evalúa el crecimiento de las ofertas y actividades del sector que constantemente impacta la economía creativa. De esta manera el abordaje metodológico nos permitirá detectar, discutir y formular recomendaciones de estrategias de comunicación para las Industrias Creativas y Culturales, dentro del contexto panameño.

Palabras claves: Industrias Creativas y Culturales, economía creativa, comunicación, estrategia de comunicación, estrategia de comunicación aplicadas a las ICC.

ABSTRACT

The Creative and Cultural Industries have become one of the thriving sectors that contribute to the development of countries, activating a non-traditional economy based on creativity, generating sources of employment, competitiveness and sustainability. This is the motivation for structuring an article that makes specific points about the review and analysis of studies that reference communication in the creative and cultural industries, presenting a generalized perspective of the visibility and aspects of these activities in a market based on the genesis of the different approaches that have manifested themselves in the scientific evolution of the subject. Research results are shown that highlight a series of limitations that range from the lack of promotion to the need to establish an effective communication plan for the execution of green strategies. For these purposes, the growth of the offers and activities of the sector that constantly impacts the creative economy is evaluated. In this way, the methodological approach will allow us to detect, discuss and formulate recommendations for communication strategies for the Creative and Cultural Industries, within from the Panamanian context.

Keywords: Creative and Cultural Industries, creative economy, communication, communication strategy, communication strategy applied to CCI.

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) define a las Industrias Creativas y Culturales (ICC) como: “Los sectores de actividad que tienen como objetivo principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2023). Sin embargo, a pesar de su relevancia de estas actividades, la ciudadanía panameña no está lo suficientemente familiarizada con el concepto y su impacto en la sociedad.

No se cuenta con modelos definidos para el desarrollo de las industrias creativas, aunque se viene trabajando en la integración de los diversos actores, asociaciones e instituciones que integran cada sector en subcomisiones desde la nueva Comisión de Industrias Creativas de la Cámara de Agricultura, Comercio e Industria de Panamá, desde donde se desarrolla en conjunto un plan de acción liderado por la Fundación Ciudad del Saber y el Banco de Interamericano de Desarrollo.

Este estudio se traza como objetivo hacer una revisión sobre las estrategias de comunicación para las ICC, no aspira a constituirse en un producto final, sino más bien, la base para estudios posteriores dada la importancia que se requiere para la formación y el perfeccionamiento de habilidades teóricas y técnicas, fundamentales para impulsar la creatividad y la innovación en la sociedad.

Este enfoque busca incrementar la conciencia y el entendimiento de las industrias creativas como un factor esencial en la construcción de ciudades y regiones creativas. También, estos aportes ofrecen una visión panorámica del desarrollo y la importancia de las industrias culturales y creativas en Panamá, analizando su definición, alcance, evolución global y adaptación al contexto panameño, así como su trayectoria, avances y desafíos en el país.

De igual manera, se examina el impacto económico que esta industria ofrece al país, enfocándose en su contribución al empleo y fortalecimiento de la identidad cultural. Por tanto, el contenido de este artículo de revisión identifica beneficios y oportunidades que ofrecen a las personas que se manejan en ese entorno y se reflexiona sobre el papel del sector público y privado en su desarrollo, proponiendo estrategias y políticas para su consolidación y expansión.

El objetivo es contribuir al conocimiento y difusión de estas industrias en Panamá, promoviendo el apoyo y participación ciudadana en este sector clave para el futuro de Panamá. De esta manera, el abordaje metodológico nos permitirá detectar, discutir y formular recomendaciones de estrategias de comunicación para las ICC.

Desde una perspectiva teórica y práctica, este estudio ofrece una valiosa visión de las industrias culturales y creativas en Panamá, identificando los principales sectores y subrayando la importancia del compromiso comunitario y las políticas públicas en su desarrollo. Además, se evidencian los desafíos persistentes en el sector, como la falta de políticas públicas específicas y la necesidad de inversión en capacitación y formación. Estos resultados pueden servir como guía útil para profesionales y responsables de la formulación de políticas interesados en impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Naturaleza y origen de las Industrias Creativas y Culturales ICC

Al indagar en la naturaleza y el origen de las Industrias Creativas y Culturales, se encuentra que fue una iniciativa muy específica de factores empresariales que proponen un contexto sociocultural en distintas sociedades.

Este fenómeno aparece en los años 80 del siglo XX, con la emergencia del capitalismo financiero y el modelo neoliberal. Además, el concepto de industria cultural se amplió a uno con mayor connotación económica, política y de desarrollo social, el de industrias creativas, representando una de las necesidades más imperantes para el ingreso a los beneficios de las nuevas tecnologías de innovación cultural. Y aunque el concepto surgió en Australia, fue el Reino Unido durante el primer gobierno de Tony Blair quien lo desarrolló como una estrategia política que daba paso a desarrollar nuevos horizontes con la creación de plazas de

trabajo, mercados y la inclusión social. No obstante, todo este engranaje se ha enfocado en la necesidad de llevar a cabo una redefinición conceptual y teórica, acorde a las diversas condiciones.

Expertos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), las ICC son aquellos sectores cuya actividad organizada que tiene como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. (UNESCO, 2023)

En Colombia la Ley 1834 del 2017, señala que las industrias creativas abarcan a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

Copaja (2019) expresa que el término Industrias Culturales apareció en Perú en los años cuarenta. En el mismo texto explora a Theodor Adorno y Max Horkheimer (1944) en su obra “*Dialéctica del Iluminismo*” cuando las describen como la industrialización de la cultura, entendida como la transformación de una obra de arte hacia un sistema productivo de bienes y servicios con fines comerciales. La cultura siempre se desarrolló dentro de un ámbito aislado, perteneciente a un mercado elitista y excluyente (Copaja, 2019)

En América latina, durante la última década, las nuevas industrias creativo-culturales se han transformado progresivamente en una de las principales fuentes de producción y de empleo para muchos países. Aunque el crecimiento de estas industrias ha estado principalmente limitado a los países más ricos del mundo, también algunos países de ingreso medio y bajo se han dado cuenta de la importancia en mantener vivo este sector de producción para seguir participando en la economía cultural regional y global. (Lanzafame, 2017)

Sin embargo, desde la perspectiva de la sociología y la antropología, la cultura es un medio que define una sociedad para idear nuevos procesos sociales de desarrollo que favorezcan la consolidación de una identidad histórica, patrimonial y cultural. En ese escenario, en Panamá se ha hablado mucho sobre la importancia de desarrollar los sectores que culturalmente no han sabido sacar el provecho de una economía creativa que brinde oportunidades a la luz de las audiencias y consumidores de este tipo de actividades. Queda evidenciado que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento con un impacto significativo en la economía y sociedad del país. La investigación proporciona una visión detallada de estas industrias analizando su desarrollo, contribución al empleo, PIB y fortalecimiento de la identidad cultural.

Centeno (2023) señala que en varios países de Latinoamérica, particularmente Panamá, han identificado el potencial de las industrias creativas y culturales en el desarrollo de los Estados y los aportes de estos a las economías. Haciendo una evaluación, el segmento, representa el 3.1% del producto interno bruto del país, según un estudio de INDESA publicado en 2017. Las industrias creativas y culturales poseen un potencial intrínseco en la generación de crecimiento a través de su impulso e impacto multiplicador. Para ello algunas de las actividades del segmento en país a pesar de contar con presupuestos limitados, han creativamente ideado nichos de producción en aspectos como espectáculos, festivales, patrimonio cultural, artes escénicas y el desarrollo de contenidos para cine, televisión, video y música. Y aunque un plan estratégico y un inventario estructurado de la oferta del país son necesarios, los avances son notables y contamos con opciones que ofrecer. (Centeno, 2023)

Siendo así, aparecen las industrias creativas y culturales como el motor del desarrollo económico en Panamá, un tema que hace referencia sobre el papel de las políticas públicas en el desarrollo del potencial de emprendimiento e innovación de los sectores cultural y creativo, y en un resumen detallado de las políticas y estudios en dicho ámbito.

Estado del Arte de las Industrias Creativas y Culturales ICC

El estado del arte de las Industrias Creativas y Culturales se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por copyright y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Las industrias culturales incluyen generalmente los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño. Si lo vemos de una forma más profunda, la consecuencia del arte de las industrias creativas y culturales representa realmente una acción más transformadora para la sociedad. Esa primera acción no ha sido tanto la posibilidad de creación ilimitada de la oferta, una condición técnica, sino la aceleración en la creación de nuevos mercados de consumidores y sus consecuencias económicas, sociales y culturales, que a su vez colaboraron para el surgimiento de nuevas formas de subjetividad.

Becerra (2011) plantea que las industrias culturales en América Latina, artísticamente atraviesan una etapa de redefinición. Su modelo productivo y de consumo se está seriamente replanteando, como la aparición de nuevas técnicas como; digitalización y una mayor intervención del Estado en su regulación obligan a repensar el desarrollo y las perspectivas futuras del sector. A partir de un repaso por la estructura empresarial y concentración de las industrias culturales latinoamericanas, intenta abordar algunos de sus desafíos más significativos. (Becerra, 2011)

En ese marco se destaca la importancia de las industrias culturales para la Agenda 2030 de los Objetivos de desarrollo sostenible está determinada por el elemento creativo, del surgimiento de ideas del ser humano sobre el cual los sectores que agrupan a las industrias creativas ayudan a las sociedades a conocerse a sí mismas, comprender su pasado, y proyectarse en el futuro. Esto es fundamental para el éxito del desarrollo sostenible, ofreciendo oportunidades de ingreso especialmente para mujeres y jóvenes.

Álvarez Riera (2023) señala que las industrias creativas crecen a un ritmo acelerado; por lo que, la Organizaciones internacionales involucradas en este tema han establecido instrumentos internacionales que ayudan a los Estados miembros a adaptar su ordenamiento jurídico fortalecer las capacidades de emprendedores culturales y crear nuevos modelos de negocio en la industria cultural, dado el crecimiento económico que representan.

Esta larga y compleja herencia cultural presentada por las ICC es la diferencia de cualquiera de los demás sectores de las actividades de este sector. De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. Comprendía aquellas actividades con las que la gente se comprometía una vez dejaba de trabajar, pero que no eran parte de su vida laboral. Esto sucede incluso hoy, pues las industrias creativas son expresiones de valor cultural y económico.

Entorno y Alcance de la Economía Creativa

Referimos al entorno y alcance de la economía en las ICC, atiende al reconocimiento e importancia que influyó en la teoría crítica, implementada en la época en que las organizaciones combinaban los planteamientos culturales con la renovación y revitalización de factores económicos. Sin embargo, esa energía transformadora fue erosionándose por ciertos factores que quizás rebajaron sus expectativas iniciales.

Valbuena (2023) señala que el concepto de industria creativa-cultural y la relación de éste con la economía basada en el conocimiento, hace referencia a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. (Blanco, 2018)

En su informe de 2018 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) afirmó que la economía creativa, considerada como un interfaz entre creatividad, cultura, economía y tecnología, tiene el potencial de generar ingresos, puestos de trabajo y beneficios por exportación, promoviendo al mismo tiempo la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

Por estas razones la economía creativa emergente ya ha empezado a ser una de las principales componentes del crecimiento económico, del empleo, del comercio, de la

innovación y de la cohesión social en la mayoría de las economías avanzadas. La economía creativa también parece ser una opción factible para los países en vías de desarrollo (Echeverría, 2018)

Dicho informe fue elaborado gracias a la cooperación de cinco grandes organizaciones internacionales (UNCTAD, UNDP, UNESCO, WIPO e ITC) e implicó la aceptación oficial de que la economía creativa conforma un sector específico en las economías del conocimiento. En este sentido, los factores económicos han tenido un profundo impacto en estas industrias y a la vez existe una mayor conciencia de la vital importancia que tienen las industrias culturales en el contexto socioeconómico actual de toda sociedad, tanto por su potencial económico como por servir de elemento para la difusión de la diversidad cultural.

De igual manera, un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) reveló un crecimiento sostenido en las industrias creativas y culturales de Panamá, reflejado en el aumento del empleo generado, la contribución al PIB y el volumen de exportaciones. Se destacó la importancia del sector cultural y creativo en el empleo, ya que, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá (2020), empleó a 16,847 personas en ese año, lo cual equivale al 0.9% del empleo total en el país. Además, el sector representó el 1.3% del PIB nacional, con un valor de \$962 millones de dólares.

Además, este estudio señaló que el sector cultural y creativo en Panamá experimentó un crecimiento del 9.2% entre 2007 y 2017, y se espera que siga en aumento en los próximos años (BID). Los subsectores más destacados en términos de empleo incluyen las artes escénicas y musicales, diseño y moda, publicidad y medios de comunicación. También se encontró que el sector cultural y creativo tiene un gran potencial para impulsar el empleo en el sector turístico, contribuyendo a diversificar la oferta turística y generar experiencias culturales para los visitantes (INEC, 2020).

Los hallazgos de esta investigación demuestran el potencial de las industrias creativas y culturales en Panamá para reforzar la identidad cultural del país, promocionarlo en el plano internacional y generar beneficios económicos y sociales. Estos resultados pueden ser útiles para el diseño e implementación de políticas y estrategias enfocadas en impulsar el desarrollo económico y social en comunidades locales, alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional. Además, el análisis de casos de éxito en las industrias creativas panameñas puede servir como inspiración y guía para otros profesionales y empresas del sector, fomentando así el crecimiento y el impacto de estas industrias en la sociedad.

Generalidades de las Industrias Creativas y Culturales en Panamá

Las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento en Panamá con un impacto significativo en la economía del país. Planteando la situación desde un enfoque más amplio, se debe considerar que no hay una dicotomía entre los ciudadanos y las realidades empresariales frente a las industrias creativas. Se trata de reconocer que los ciudadanos se hacen también dentro del mercado, dentro de su función como consumidores de bienes y servicios culturales. Se trata de ampliar los términos de la discusión y decir que las políticas culturales deben pensarse reconociendo los ciudadanos se hacen también mediante el consumo de bienes de carácter simbólico. En suma, se trata de asumir que las políticas culturales tienen un espacio complejo de intervención. Esto significa contar con una mirada integral para la formulación de acciones concretas, siempre desde la premisa de un horizonte que supere nociones de desarrollo estrictamente materiales por otras más integrales, humanas y territoriales

Estas actividades proporcionan una estructura detallada de estas industrias, apoyando en el desarrollo y contribución al empleo, el PIB y el fortalecimiento de la identidad cultural. Se identificaron subsectores destacados como las artes escénicas y musicales, diseño y moda, publicidad y medios de comunicación y se analizaron las tendencias y desafíos del sector en el país. Además, se discute el papel del sector público y privado en su desarrollo proponiendo estrategias y políticas para su consolidación y expansión. Los resultados sugieren que las industrias culturales y creativas tienen un gran potencial para impulsar el crecimiento económico y social en Panamá alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional.

En ese sentido, el sector de las ICC en nuestro país, ha sido capaz de generar más ingresos que sectores tradicionales como el automotriz o el minero. Los emprendimientos que se destacan en la publicación son ejemplos de soluciones ingeniosas y sorprendentes que no solo están creando un valor económico, sino generando empleo y un impacto social. Las medidas adoptadas actualmente por el sector público y privado para cultivar, amplificar y empoderar el trabajo de los creativos podrán rendir sus beneficios y producir soluciones que mejoren sus vidas. (Luzardo, 2017) .

Las Estrategias de Comunicación para las Industrias Creativas y Culturales

En el ámbito de las Industrias Creativas y Culturales tenemos que fijar con claridad los objetivos de marketing y comunicación tanto en términos de rentabilidad económica como en beneficios sociales. Bajo esta perspectiva las teorías tradicionales se dejan de lado y es necesario el desarrollo de instrumentos y estrategias propias que se adapten al entorno cultural.

Estos conceptos por lo general no varían en las distintas sociedades donde se manejan estrategias de comunicación para las industrias creativas, solo hay que entender que el marketing cultural es el proceso que se desarrolla en las organizaciones culturales y en la sociedad para facilitar el intercambio a través de relaciones colaborativas que crean un valor recíproco mediante el uso de recursos complementarios. Por ende, el énfasis que presentan las empresas que trabajan en aspectos creativos y culturales, está determinado a la comunicación social, por ser estos, sectores que tienen como objetivo principal divulgar a través de la publicidad la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

Además, ICC involucra una amplia variedad de sectores económicos que se dedican a la producción y distribución de productos y servicios culturales. Industria importante motor de crecimiento económico en muchos países y es responsable de la generación de empleo y de la creación de valor añadido en muchas regiones del mundo. Abarca actividades, desde la producción de películas, música y diseño gráfico.

Leal Jiménez y Quero Gervilla señalan que en los últimos años estamos atendiendo a un contexto interesante en la gestión del marketing y de la cultura: nos encontramos ante un proceso de flexibilización de conceptos que ha permitido el nacimiento del marketing cultural con un significado propio, que va mucho más allá de la aplicación de las teorías tradicionales de marketing a los productos culturales para desarrollar instrumentos y estrategias propias, adaptados a las necesidades del entorno cultural.

En ese contexto, es importante destacar los procesos creativos y el papel desempeñado por los medios de comunicación; elemento clave para el progreso, la gestión y la responsabilidad de hilar las relaciones entre los grupos de interés y abonar el campo sobre el que desarrollar, posteriormente, estrategias de éxito.

Jiménez (2023) plantea que la comunicación orientada por esa precepción creativa e innovadora y competitiva se enfoca en incrementar su impacto en el mercado global. En el caso de México, se están desarrollando mapas de ruta de industrias creativas digitales, entre otras actividades, para identificar y diseñar políticas públicas, para el desarrollo cultural y fomento de la economía creativa.

Concluimos este apartado señalando que las industrias culturales y creativas se han convertido en un elemento central de las economías contemporáneas. Estas acciones contribuyen a la reflexión en torno al modo en que el esfuerzo coordinado entre las administraciones públicas, las empresas culturales y creativas, y la sociedad en general puede convertir a este sector clave en parte activa de la acción exterior del país.

Los resultados expuestos en este estudio de revisión permite afirmar que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento y de gran relevancia en la economía y sociedad panameña. Además, se evidencian los desafíos persistentes en el sector, como la falta de políticas públicas específicas y la necesidad de inversión en capacitación y formación. Estos resultados pueden servir como guía útil para profesionales y responsables de la formulación de políticas interesados en impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Se pone de manifiesto que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento y de gran relevancia en la economía y sociedad panameña. Estos hallazgos coinciden con la literatura existente, que ha documentado el impacto económico y cultural de estas industrias en otros países y regiones. Por último, la investigación proporciona una base sólida para futuros estudios y debates en este campo, incentivando el interés y la participación de la población panameña en este sector clave para el futuro del país.

A su vez, respetar y considerar las fuentes citadas en la discusión asegura un análisis fundamentado y riguroso de la situación actual y las perspectivas futuras de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Conclusiones

Concluir objetivamente los contenidos de esta investigación no fue sencillo, se presentaron eventos relevantes en relación con el auge de las industrias creativas y culturales en Panamá. Se identificaron diversas industrias como artes visuales, música, cine y producción audiovisual, diseño gráfico y de moda, literatura y producción editorial, y las explotaciones culturales.

Aun así, se comprobó que este tipo de industrias creativas, requieren de distintos niveles de madurez y consolidación, un crecimiento sostenido en las industrias creativas y culturales de Panamá, reflejado en el aumento del empleo generado, la contribución al PIB y el volumen de exportaciones. Se demuestra el potencial de las industrias creativas y culturales en Panamá para reforzar la identidad cultural del país, promocionarlo en el plano internacional y generar beneficios económicos y sociales.

Estos resultados pueden ser útiles para el diseño e implementación de políticas y estrategias enfocadas en impulsar el desarrollo económico y social en comunidades locales, alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional. Se destacó la importancia del sector cultural y creativo en el empleo, ya que, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá (2020), empleó a 16,847 personas en ese año, lo cual equivale al 0.9% del empleo total en el país. Además, el sector representó el 1.3% del PIB nacional, con un valor de \$962 millones de dólares.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, C. (5 de Mayo de 2023). Las Industrias Culturales y creativas dentro de la agenda de desarrollo sostenible. *Semanario La Universidad*, págs. 1-6.
- Becerra, M. (5 de Agosto de 2011). *Industrias culturales en América Latina: Tiempos de replanteamientos*. Obtenido de Universidad de Quilmes-Buenos Aires: [IndustriasCulturalesEnAmericaLatina-3781745.pdf](#)
- Blanco, C. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Revista de Información Tecnológica*, 15-28.
- Centeno, J. (2 de Septiembre de 2023). *Panamá: El impulso de las Industrias Creativas y Culturales*. Obtenido de Diario Digital UP-Informa: <https://upinforma.com/>
- Copaja, M. (2019). Perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano. *Revista de la Universidad de Lima*, 8-17.
- Echeverría, J. (1 de Septiembre de 2018). *Mapa de la Innovación en el Sector Cultural y Creativo de Euskadi*. Obtenido de Ministerio de Ciencia e Innovación: <https://interaccio.diba.cat/>
- Jiménez, B. (23 de Mayo de 2023). Uso del Mapeo, la Comunicación y la Economía de las Industrias Culturales y Creativas en Panamá. *UP-Informa*, págs. 2-18.
- Lanzafame, F. (5 de Septiembre de 2017). *Red de Desarrollo Social de América Latina y el Caribe*. Obtenido de Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades: <https://dds.cepal.org/>
- Luzardo, A. (8 de Septiembre de 2017). Las industrias culturales pueden fortalecer el rol de América Latina en el mundo. (M. Schuster, Entrevistador)
- UNESCO. (20 de Noviembre de 2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura* . Obtenido de UNESCO: <https://minciencias.gov.co/>