

# 1 CONGRESO LATINOAMERICANO de Gestión Cultural

Santiago | Chile | 23 al 27 | Abril | 2014

## **“Hacia la construcción de una política de Cultura Digital, Ministerio de Cultura de Colombia”<sup>1</sup>**

Juliana Vinasco Zapata <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada al Primer Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural, realizado en Santiago de Chile, entre los días 23 al 27 de abril de 2014 como resultado de Trabajo de Grado en modalidad Pasantía en la dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia.

<sup>2</sup> Asistente de investigación en la actualización de la política de Cultura Digital del Ministerio de Cultura de Colombia. Estudiante de último año de Gestión Cultural y Comunicativa, Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales.

*“(…) Las culturas se juegan su adaptación desde su capacidad de producir contenidos, propios y diversos, de realizar una producción propia, además de reflejar sentimientos, valores, circunstancias y gustos individuales y colectivos, específicos o universales<sup>3</sup>*

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en medios y mediadoras no sólo de transacciones económicas a nivel mundial sino también de las relaciones, la comunicación y las formas de expresión al aportar nuevas narrativas, otros tipos de lenguaje desde las múltiples maneras de emitir y recibir mensajes desde lógicas comunicativas así como desde la creación de contenidos.

Para hacer frente al uso creciente de las nuevas tecnologías, era necesario entender las relaciones que se entretienen entre tecnología, comunicación, cultura y sociedad. De esta forma nace la Política de Cultura Digital en el 2009 para insertarse en el marco de la Política de Comunicación y Cultura del Compendio de Políticas Culturales creado por el Ministerio de Cultura de Colombia<sup>4</sup>. El documento resalta las innovaciones en las relaciones comunicacionales que surgen a través del uso y apropiación de las nuevas tecnologías, las posibilidades que tienen las comunidades para crear contenidos que evidencien sus configuraciones simbólicas, contenidos que a su vez son elementos de reconocimiento de la diversidad cultural de la nación.

Debido a que los fenómenos que resultan de la simbiosis Comunicación + TIC + Cultura son dinámicos y permeables desde las relaciones sociales, la participación ciudadana y las tendencias del mercado, fue necesario someter a revisión la política Cultura Digital creada en el 2009 con el fin de replantearla para que respondiera desde la praxis a un análisis de los fenómenos contemporáneos producto de las transformaciones asociadas al consumo, a la creación de contenidos, a las prácticas cotidianas e institucionales y a las formas de organización de la cultura. Dichos cambios, sin embargo, no conllevan una transgresión en las líneas de pensamiento y de acción propuestas por su texto

---

<sup>3</sup> ZALLO, Ramón (2011) "Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital". Barcelona. Editorial Gedisa. Página 37

<sup>4</sup> Documento disponible: [http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas\\_artefinalbaja.pdf](http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefinalbaja.pdf)

antecesor, sino que retoma sus elementos fundamentales y los complementa con los conceptos, aprendizajes y discusiones generados a partir de un estado del arte de material académico y de carácter político.

### ***Aproximación metodológica***

El grupo designado para abanderar la actualización de la Política vigente fue el proyecto de Cultura Digital de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, en coordinación del Comunicador Camilo Arango Bedoya y apoyado por el investigador Jorge Andrés Echeverry, ambos responsables de la consolidación de herramientas metodológicas para la formación de los pilares investigativos y teóricos que luego serían los protagonistas de los principales lineamientos, marcos de acción y principios orientadores enfocados a regular y dinamizar las iniciativas de diferentes actores culturales que se encuentren involucrados en el mundo de la comunicación y cultura digital.

El carácter empírico de la cultura digital exigió un acercamiento a las dinámicas e innovaciones en el terreno cultural que fueran producto del tejido entre TICs, arte, comunicación y sociedad. Para ello, nos adentramos en el mundo de las artes desde la visión de las Industrias Culturales y Creativas<sup>5</sup> para desglosar los modos en los que la cadena de valor de la producción cultural cambia según el uso de los entornos digitales para cada proceso. Además de la transformación que la usanza de las TIC genera en las Industrias Culturales y Creativas, buscamos otras transformaciones y mediaciones generadas en diferentes actores sociales y culturales a nivel de agrupaciones y asociaciones hasta llegar al individuo que, en ejercicio de sus derechos y deberes como ciudadano, posee capacidades para la creación y apropiación de contenidos culturales digitales. Los anteriores actores que hacen parte de la transferencia signífica a través de la creación y apropiación de contenidos serán llamados en la actualización de la Política de Cultura Digital ***creadores de contenidos***.

---

<sup>5</sup> En 2009 la UNESCO define las Industrias Culturales y Creativas como “*Aquellos sectores de actividad organizada que tienen 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.*”

Ver referencia de la UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>

Delimitar marcos de referencia para abordar una investigación es clave para evitar que un tema que en la praxis es transversal a muchos campos, como lo es la cultura digital, se convierta en un Leviatán y se salga del control del abordaje teórico para el caso específico de construir una política pública. Debido a esto fue necesario definir los actores que estarían contemplados como protagonistas de la política y los marcos teóricos que darían el estado del arte de la Cultura Digital a nivel mundial.

Siendo el reconocimiento de la diversidad cultural, el intercambio de sentidos y de las configuraciones simbólicas de la sociedad, la protección a la riqueza creativa e identitaria del país, los principios fundamentales de una política estatal, configuramos la búsqueda bibliográfica en clave de estos principios con la intervención de las dinámicas culturales mediadas con las TIC en los actores anteriormente mencionados. De este modo, el foco para realizar la investigación giró en torno a tres ámbitos: los estudios empíricos, el análisis de casos y la investigación, todos desde la mixtura entre TICs, cultura y sociedad. Los elementos anteriores se convirtieron en el norte de la investigación que dio como primer resultado renombrar la anterior Política de Cultura Digital y convertirla en la **Política de Comunicación Digital y Cultura** a partir de la fecha de su publicación.

### ***Tendencias***

Los principales ponentes de la temática de comunicación digital y cultura provienen de España y, en Latinoamérica, Argentina se convierte en el país protagonista al poseer una buena cantidad de estudios empíricos actualizados provenientes de centros de emisión y experimentación con entornos digitales. A continuación, se evidencian los principales investigadores por país y posteriormente la división por líneas temáticas de los referentes bibliográficos abordados.

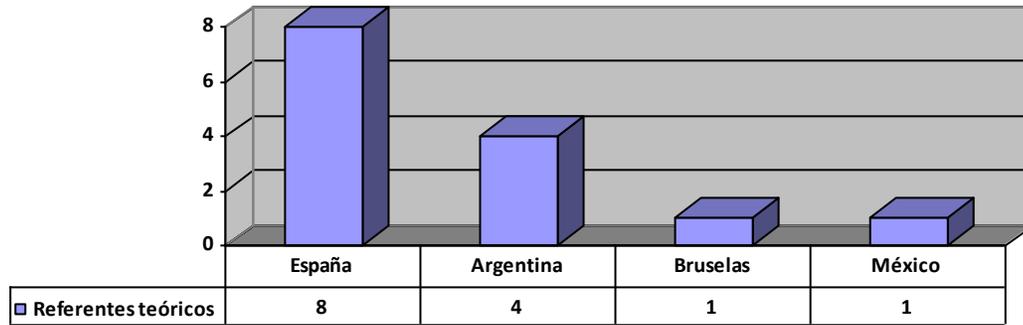


Gráfico 1. Referentes teóricos por país. Fuente: elaboración propia

Sin embargo, el hecho de que España sea el país más consultado por su amplio espectro bibliográfico no es muestra contundente de que la producción investigativa esté concentrada allí ya que no todos los autores, *ergo*, sus investigaciones provienen de dicho país y lo que hacen es utilizar colectividades de difusión o compilaciones de artículos e investigaciones en materia cultural para visualizar su trabajo<sup>6</sup>. Lo anterior es una de las muestras en la práctica de que la asociatividad se optimiza gracias al uso de las TIC y que los territorios se desvanecen o se convierten en territorios de difusión más que de producción.

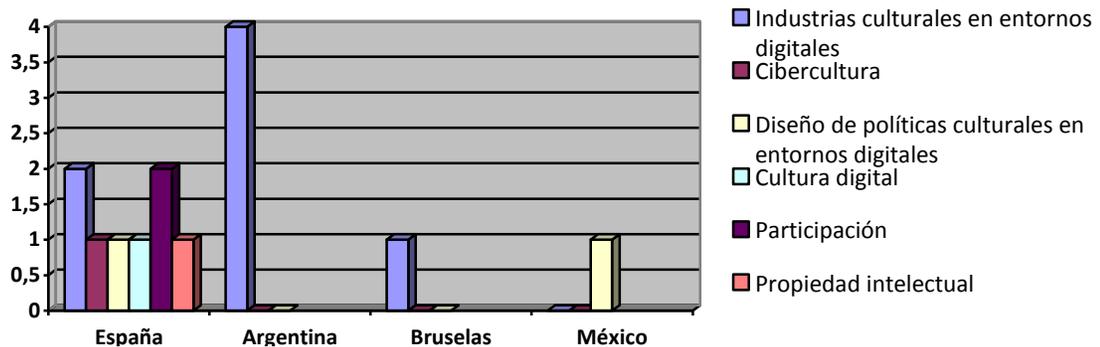


Gráfico 2. Número de artículos por líneas temáticas por país. Fuente: elaboración propia

El principal tema desde donde se aborda la cultura digital son las nuevas dinámicas y transformaciones de las Industrias culturales y creativas (que, gracias al giro tecnológico, se han convertido en también en industrias de contenidos), la gestión de políticas públicas que relacionen los entornos digitales y los procesos de apropiación, expresión y participación cultural y, en menor medida, el abordaje

<sup>6</sup> Uno de los más grandes ejemplos es el Boletín de Gestión Cultural iberoamericano: Boletín GC, quien realiza un inventario por temáticas de las investigaciones en el territorio y las difunde por medio de su página web permitiendo descargarlas.

semántico de las definiciones de cibercultura<sup>7</sup>, cultura digital<sup>8</sup> o e-culture. Definiciones que para el estudio de la Política de Comunicación Digital y Cultura, preferimos no adentrarnos pues úsese la denominación que se use, los fenómenos que ocurren día a día son los que a los ojos de una política pública interesa vislumbrar para facilitar la continuación de los procesos asociados y regulados por esta.

La participación Española en la construcción de conocimiento de los entornos digitales y la cultura es bastante amplia en el conjunto de las temáticas abordadas, sin mencionar que algunos autores como Zallo<sup>9</sup> y Bustamante<sup>10</sup> hacen extensivos los temas de investigación al transversalizar el impacto de la era digital en la creación de políticas públicas, en la relación comunicación y cultura, en los modelos de participación ciudadana a través de estos mecanismos y en la concepción de la Propiedad Intelectual frente a otros modelos de protección de Derecho de autor en la creación de contenidos culturales digitales.

### **Marco normativo y político**

El gobierno de Colombia ha creado programas desde otros Ministerios como el Ministerio TIC (MinTIC) para reducir la brecha digital en la ciudadanía a través de estrategias como la promoción del acceso a Internet, la dotación en infraestructura para bibliotecas y colegios estatales (Computadores y tabletas para educar). De

---

<sup>7</sup> “Cibercultura no tiene solamente que ver con computadoras y chips, más bien tiene que ver con un crecimiento y desarrollo exponencial y colectivo de estas tres culturas/cultivo de información, de investigación y de comunicación como capacidades adquiridas para decidir y operar eficientemente sobre la tecnología.(p.54)” en González Sánchez, Jorge (2001). “Cibercultura y diseño de políticas culturales”. En: Mariscal Orozco, José Luis (2007). “Políticas culturales. Una revisión desde la gestión cultural”. México: USGVirtual (Universidad de Guadalajara). Páginas 45-59

<sup>8</sup> “Por “cultura digital” queremos decir algo más que “cosa hecha con un ordenador”: estamos también apuntando a una forma concreta de tratar el material, a un estado mental determinado en la forma en que el artista construye su producto y el público interactúa con él.” (p.4) en Casacuberta, David. (2004) “La cultura digital se predica de muchas formas” en Boletín GC: Gestión Cultural N°10: Cultura Digital. Disponible en [http://www.gestioncultural.org/ficheros/1\\_1316773695\\_DCasacuberta.pdf](http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316773695_DCasacuberta.pdf)

<sup>9</sup> Zallo, Ramón (2011) “Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital”. Editorial Gedisa. Barcelona

<sup>10</sup> Bustamante, Enrique (2008) “Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital” (Coordinador). Editorial Gedisa. Barcelona.

igual manera, existen estrategias enfocada a optimizar la gobernanza tales como Gobierno en línea, la incursión de las tecnologías en la educación y en la salud y el crecimiento de iniciativas que apoyan los emprendimientos concebidos a partir de lo digital y el comercio electrónico.

A nivel legislativo, los lineamientos y directrices de la Ley 1341 de 2009, la Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia sirve como referente para el marco de acción de la presente política en cuanto a producción de contenidos se atañe. En el contexto internacional, el eLAC2015 -Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información y del Conocimiento de América Latina y el Caribe aporta unos ejes de acción unificadores desde el ámbito internacional en torno a la comunicación digital para la cultura, sumado al Libro Verde de la Unión Europea<sup>11</sup> y La Agenda 21 aprobada por la UNESCO -Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura- como el “documento orientador de las políticas públicas de cultura y como contribución al desarrollo cultural de la humanidad”<sup>12</sup>

De la *Agenda 21* se tomaron los siguientes aspectos a consideración para la construcción de principios y ejes de acción:

- Principio 5: La importancia de los diversos agentes sociales en el desarrollo cultural y la necesidad de abrir su participación para la creación de políticas públicas, así como en la toma de decisiones y en la evaluación de los programas y proyectos de gobierno. Existe la posibilidad de crear e innovar desde la riqueza cultural y los aspectos identitarios de los pueblos
- Principio 9: Carácter perdurable de lo tradicional como los flujos que hacen de la vida cultural un elemento cambiante y dinámico. La creación de contenidos de carácter cultural digital amplía el desarrollo cultural de los pueblos al acrecentar el *stock* de conocimientos o cultivos de la(s) cultura(s).<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas (Unión Europea). Páginas 3-11 Disponible en: [http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper\\_creative\\_industries\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_es.pdf)

<sup>12</sup> La *Agenda 21 de Cultura* surgió en el marco del Foro Universal de las Culturas – Barcelona 2004, el 7 y 8 de mayo de 2004 en el IV Foro de Autoridades Locales para la Inclusión Social de Porto Alegre. Documento disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/TextoMarcoAgenda21Cultura.pdf>

<sup>13</sup> González Sánchez, Jorge (2001). "Cibercultura y diseño de políticas culturales". En: Mariscal Orozco, José Luis (2007). "Políticas culturales. Una revisión desde la gestión cultural". México: USGVirtual (Universidad de Guadalajara). Páginas 45-59

- Principio 14: La creación de contenidos culturales potenciados por el uso de las TIC generan bienes y servicios que aportan a la diversidad cultural y tienen la capacidad de generar riqueza y desarrollo económico. Sin embargo, esta no es una actividad económica como las demás ya que generan productos “portadores de identidad, de valores y de sentido.”<sup>14</sup>.

Siendo así, toda iniciativa que apunte al enriquecimiento del acervo colectivo a partir de la apropiación de las TIC para la divulgación y la apropiación de la cultura se definen como síntoma de una sociedad que se basa en el conocimiento.

- Compromiso 18: El ejercicio de una ciudadanía plena implica no solo la participación en los aspectos mencionados sino el aprovechamiento de los compromisos de las Naciones Unidas de apoyar y promover la generación de formas para la ampliación de bienes y servicios culturales entre los que se destacan todas aquellas formas comunicativas y de creación que representen la diversidad, el arte, las formas de la expresividad y la experimentación con nuevos lenguajes en conjunción con la interacción de las tradiciones.
- Compromiso 30: El papel estratégico de las Industrias Culturales y Creativas debe ser potenciado para la contribución del acervo cultural.
- Compromiso 31: Capacidad que tienen la ciudadanía y otros agentes culturales no enmarcados en la definición de Industrias Culturales y Creativas de realizar proyectos basados en TIC.
- Recomendación 53: Evitar la concentración de las industrias de la cultura y de la comunicación ya que este conllevaría a la masificación de la información y en la formación de la opinión pública.

Del informe mundial “*Hacia las sociedades del Conocimiento*”<sup>15</sup> de la UNESCO:

- Recomendación 3: El incremento de los contenidos como una forma de promover el acceso universal al conocimiento.

De los lineamientos y prioridades definidos por varios gobiernos de América Latina

---

14 Esto, basado en el Principio 12 de la *Agenda 21 de Cultura*, que se fundamenta en el artículo 8 de la Declaración universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural.

15 Publicado en 2005 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

y el Caribe<sup>16</sup> en el Plan de Acción *eLAC 2015*<sup>17</sup> (documento acorde con los Objetivos de Desarrollo del Milenio y la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información -CMSI-):

- Lineamiento 1: Desarrollo productivo e innovación: impulsar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación en la región<sup>18</sup>. Reconocimiento de la importancia del el acceso masivo a las TIC y la convergencia de medios en términos de un mayor bienestar económico y social para la región. Es necesario gestar políticas públicas para la producción de contenidos interactivos, el desarrollo de software, aplicaciones y otros servicios digitales que además incluyan mecanismos de cofinanciación para la creación, sin dejar de lado la investigación para la innovación con universidades, institutos de investigación y empresas de base tecnológica en un entorno local, incluyendo la cooperación internacional.
- Lineamiento 2: “Promover el cierre de la brecha digital entre las grandes y las micro, pequeñas y medianas empresas”<sup>19</sup>. Incremento de la capacidad de las MIPYME para un mayor aprovechamiento de las TIC y de Internet, contemplando la asistencia técnica para procesos de formación, para la creación de agrupaciones productivas, el acceso a apoyo crediticio y la relación con el sector académico.
- Meta 17: Lograr el acceso y la innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas por medio de unas metas que incluyen el desarrollo de empresas nacionales y regionales para impulsar los países de la región como productores de bienes y servicios basados en TI. Importancia de la

---

16 Dichos gobiernos, con la intención de participar en la construcción de una Sociedad de la Información, en el marco de la Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe celebrada en Lima, Perú (21 al 23 de noviembre de 2010), aprueban el Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe (*eLAC 2015*) en donde se puede evidenciar el rol de las TIC como instrumentos para el desarrollo y la inclusión social. Este Plan de Acción, antecedido por el *eLAC2007* y el *eLAC2010*, se encuentra actualmente en fase de implementación. Más información al respecto puede ser consultada en <http://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/elac2015/noticias/paginas/4/44104/P44104.xml&xsl=/elac2015/tpl/p18f.xsl&ase=/elac2015/tpl/top-bottom.xsl>

17 Documento disponible en [http://www.eclac.cl/socinfo/noticias/documentosdetrabajo/0/41770/2010-819-eLAC-Plan\\_de\\_Accion.pdf](http://www.eclac.cl/socinfo/noticias/documentosdetrabajo/0/41770/2010-819-eLAC-Plan_de_Accion.pdf)

18 Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información y del Conocimiento de América Latina y el Caribe (*eLAC2015*), página 10

19 *Ibíd*, página 11

inversión en proyectos de i+D+I (Meta 20)

- Meta 18: Creación de contenidos digitales interactivos multiplataforma especialmente para el estímulo de la diversidad cultural
- Meta 19: Almacenamiento y digitalización de contenidos culturales para el desarrollo de nuevos conocimientos.

El marco internacional se constituye entonces como una de las bases más sólidas para la construcción de los principios orientadores de la Política de Comunicación Digital y Cultura tales como la protección de la diversidad, la cooperación entre diferentes actores sociales para la construcción de riqueza (tanto simbólica como económica) a través de la creación de productos culturales, el desarrollo y dinamismo cultural evidenciado en el crecimiento de las transacciones simbólicas expresivas de las culturas.

Los desafíos que restan de los lineamientos de los artículos anteriores se evidencian en la necesidad de financiación de estos procesos para fortalecer la producción de contenidos, la necesidad de fomentar el crecimiento de las Industrias Culturales en pro de la diversidad cultural y la protección de la identidad ante el contexto global mediante la cooperación con diferentes actores como la ciudadanía y la academia.

### ***Principios orientadores de la Política de Comunicación Digital y Cultura***

La construcción de las políticas públicas se compone de la investigación previa y la construcción de un borrador que luego será sometido a rigurosas revisiones por parte de expertos académicos en el tema, artistas y gestores culturales empíricos y por dirigentes del Gobierno Nacional. Luego de ser revisada, la política consolidada es aprobada por el Ministerio de Cultura y la Presidencia, posteriormente será socializada en diferentes regiones del país para visualizarla ante la ciudadanía. Actualmente, la política de Comunicación Digital y Cultura está en fase de revisión ante expertos, gestores culturales y asesores del Ministerio de Cultura.

La anterior se divide en seis principios orientadores que darán el marco de la acción e intervención del Ministerio de Cultura de Colombia en diferentes planes,

programas y proyectos que fomenten el uso de las TIC en la creación de contenidos, la promoción a la participación y el acceso a la cultura.

### 1. Creación de contenidos desde y con las TIC.

Fomentar la creación de contenidos aporta al fortalecimiento del capital simbólico de la sociedad y sus comunidades y, por ende, al dinamismo cultural de los pueblos ya que estos contenidos se crean y recrean en el lenguaje expresivo, muestra de la identidad y diversidad de ellos.

Para hacer cumplir este principio orientador es necesario garantizar programas y proyectos para la creación de contenidos (estrategia que actualmente es abanderada por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia). El interés de la política es fortalecer la calidad de los contenidos por medio de estos programas al mismo tiempo en que se generarán espacios y procesos de comunicación que permitan aumentar la cobertura de impacto regional que dé como resultado la diversificación contenidos de calidad a lo largo del territorio colombiano, siempre con respeto y dignidad en ellos.

### 2. Diversidad, insumo y propósito.

La protección de la diversidad requiere generar cadenas regionales para la producción de contenidos de calidad y su pertinente difusión descentralizadora. Igualmente, la generación de lazos de cooperación internacional -mediante el reconocimiento de lo propio y lo externo- será un esfuerzo para visibilizar la Industria de Contenidos Culturales Digitales ante el mundo, al mismo tiempo que ella se fortalece mediante la transacción de significados exógenos evidenciados en ellos

Así mismo, la protección y preservación del patrimonio se puede lograr desde lo digital mediante la disposición de archivos digitalizados de los bienes culturales patrimoniales a la ciudadanía.

### 3. Participación en sentido deliberativo.

Este principio orientador comprende un reto para la política de Comunicación Digital y Cultura puesto que se necesita un alto componente de innovación ya que va encaminado a la inclusión de poblaciones menos

visibles (en situación de discapacidad, afectados por la violencia y comunidades étnicas), a la garantía de la participación ciudadana y otras formas de participación y al fomento de la misma mediante plataformas comunicativas que estén al alcance de toda la población (tanto a nivel de acceso como de dotación)

#### 4. Propiedad intelectual y acceso abierto a la cultura.

En los estudios consultados para la construcción del estado del arte en las transformaciones de las Industrias Culturales y Creativas mediadas por las TIC, se evidenció que los modelos de negocio –en mayor medida la distribución, comercialización y adquisición de los productos- se han permeado por el acceso “libre” que proporciona el internet y sus múltiples plataformas colaborativas y de intercambio de bienes.

Dado lo anterior, los principios de las licencias restrictivas como el copyright se han convertido contradictorias a la cultura del libre acceso en tanto que no permiten la distribución, la cooperación y el sentido del compartir el conocimiento y por tanto las producciones de los artistas o creadores.

Queda pendiente mediar entre estas divergencias con miras a garantizar el respeto por las formas de propiedad intelectual; la puesta por el uso de los contenidos para verlos como bienes culturales –generadores de riqueza simbólica y económica-, el favorecimiento de escenarios de convergencia; colaboración y empoderamiento tanto de los productores como de los consumidores; la promoción del uso de nuevas ventanas de circulación y, por último, lo más exigente ante la conservadora costumbre del copyright; la incursión en el conocimiento y uso de licenciamientos abiertos para potenciar la distribución y acceso libre a los contenidos.

#### 5. Vectores de innovación.

La innovación es transversal a los demás principios pero se debe destacar que, por ejemplo, para cualificar los contenidos, se debe cualificar las formas de creación de contenidos, se debe buscar la incursión de la experimentación y la investigación como factor coadyuvante en la creación digital cultural y por último, la innovación desde plataformas de circulación de la cultura para que los contenidos y los resultados del abordaje empírico

sean difundidos y lleguen de manera descentralizada para así garantizar y dar sostén a los demás principios.

#### 6. Financiación y gestión.

Para la cualificación de los contenidos es necesario inyectar inversiones para la creación mediante los programas y estrategias establecidos por el Ministerio de Cultura de Colombia en conjunto con otros que se puedan potenciar desde los lineamientos de la Política de Comunicación Digital y Cultura. A nivel estratégico, se debe integrar otros enclaves económicos por medio de los intereses de los gremios que circulen alrededor del uso de las TIC y las industrias Culturales y Creativas. Paralelo al aprovechamiento de los lineamientos del gobierno nacional, de los intereses de otros colectivos, se debe estimular mecanismos alternativos de sostenibilidad de los proyectos, haciendo uso de las amplias oportunidades y posibilidades de financiación que proporciona el mercado digital.

La Política de Comunicación Digital y Cultura será pionera en Colombia al convertirse en una política integradora a nivel económico, cultural y tecnológico pues es la segunda en su clase al poner en la mesa de discusión la Cultura Digital pero es la que actualmente involucra otros campos externos a los que la comunicación y la cultura le son transversales. Seguramente será un sustento para el desarrollo cultural y económico de la nación valiéndose de un ámbito que la política cree poco aportante al PIB de un país y es el valor simbólico-expresivo de los pueblos: la cultura.