Guillermo Escribano Manzano*

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN FILIPINAS

Talento al servicio del desarrollo socioeconómico

La industria cultural y creativa en Filipinas es una gran desconocida en España. Cimentado en las nuevas tecnologías y en sectores de larga tradición, como el audiovisual o el arte, el pujante desarrollo de la industria cultural filipina ha multiplicado las posibilidades de acción de los creadores españoles. Las particularidades de la industria cultural y creativa de Filipinas suponen un interesante elemento distintivo del país respecto a sus vecinos de la región. Una economía terciarizada como la filipina debería poder aprovechar estas singulares características para consolidar su condición de potencia emergente.

Palabras clave: Filipinas, industrias culturales, tecnología.

Clasificación JEL: L80, L86, Z10, Z11.

1. La cultura filipina, una gran desconocida

Cuando el pasado 29 de febrero de 2016 Ronnie del Carmen subió al escenario del Dolby Theater de Los Ángeles a recoger el Óscar de Hollywood a la mejor película de animación por la superproducción *Inside Out* (Disney Pixar), es probable que ni los asistentes a la ceremonia, ni los telespectadores de medio mundo desde sus casas (ni siquiera en la mismísima Manila), supieran que el codirector galardonado era un filipino de Cavite formado en la Universidad Santo Tomás de Manila. Del Carmen se convertía de esa manera en el primer Óscar *pinoy* (término con el que informalmente los filipinos se definen a sí mismos) de la historia.

En efecto, un incesante goteo de noticias vinculadas con la cultura filipina sorprende positivamente desde hace algún tiempo a propios y extraños. Sólo

en los primeros meses de 2016, un buen número de noticias ha permitido volver a ofrecer al mundo una imagen poco conocida de Filipinas, país azotado como pocos en el planeta por todo tipo de desastres naturales, que sin embargo es a su vez campo fértil para la creatividad y el arte. Noticias como la concesión del Premio Alfred Bauer en la *Berlinale* 2016 al director originario de Mindanao Lav Díaz por su película *Hele Sa Hiwagang Hapis*, o la destacadísima sección *Marker de Art Dubai* (feria que en marzo de 2016 celebrará su 10ª edición), que estará dedicada a los *artist-run spaces* de Filipinas, ofrecen –junto a otros numerosos ejemplos– un testimonio irrefutable de la calidad, pujanza y ascenso a la división de honor internacional de las industrias culturales y creativas filipinas (CCIs en sus siglas en inglés, de *cultural and creative industries*), que han configurado en los últimos años uno de los sectores económicos más prometedores de la economía del país.

Fuera de la órbita de los medios de comunicación españoles, y conectadas únicamente con ▷

* Diplomático. Secretario de Embajada, encargado de los asuntos culturales en la Embajada de España en Filipinas.

Versión de marzo de 2016.

una pequeña parcela del sector cultural y creativo especializado en España, las CCIIs filipinas albergan un potencial inexplorado por buena parte de los agentes culturales españoles (y europeos), a diferencia de lo que sucede con algunos de sus vecinos asiáticos y de las CCIIs norteamericanas, que tanto por proximidad geográfica como por influencia histórica (en el caso de estas últimas) son mejores conocedoras del sector creativo filipino. Para el sector cultural y creativo de España, como procuraremos demostrar en las líneas que siguen, las CCIIs filipinas ofrecen una buena oportunidad de establecer puentes sólidos con el mercado del Sudeste Asiático, en el que la empresa española sigue teniendo grandes posibilidades de acción en el futuro. Una deseable presencia empresarial que, debidamente apoyada por nuestras Administraciones Públicas, permitiría aumentar el comercio y la cooperación en materia cultural y tecnológica, y coadyuvar a un diálogo en clave contemporánea en el que ambos países, sin olvidar sus 333 años de historia común, se contemplen con una mirada renovada en la que se aproveche el acervo cultural común para crear nuevos focos de interés entre ambos, y a través de ellos, entre Europa, el Sudeste Asiático y Latinoamérica.

2. La transformación tecnológica de Filipinas

Antes de repasar someramente algunos de los principales subsectores de las CCIIs filipinas, conviene detenernos en un elemento fundamental para comprender la dimensión que esta parcela de la economía está alcanzando: la transformación del país en potencia tecnológica emergente. Es difícil pensar que un país situado en el puesto 117 del Informe de Desarrollo Humano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo¹ se haya convertido en un imán para las multinacionales tecnológicas y *start-ups* más punteras. Y ello no únicamente en el sector de externalización de procesos de negocios

(*business process outsourcing* o BPO), sino en el de un amplio abanico de profesiones (videojuegos, Internet, *apps* para teléfonos móviles, *marketing* digital, etcétera).

La industria de BPO ha tenido un especial impacto en Filipinas a través de los famosos centros de atención telefónica o *call centers*, el primero de los cuales fue creado por la empresa Accenture en 1992. En los últimos diez años, el sector ha experimentado un crecimiento rápido, habiéndose multiplicado por diez las cifras de negocio (de 1.500 millones de dólares en 2004 a 15.500 millones en 2013). El número de empleados que trabajan en esta industria —que supone un 6 por 100 del PIB nacional— aumentó en un porcentaje similar, pasando de 101.000 a 900.000 en el mismo período de tiempo. Se prevé que el sector de las BPO emplee alrededor de 1,3 millones de filipinos en 2016 y permita generar hasta 27 millones de dólares en ingresos anuales. Un elemento positivo añadido lo representa el hecho de que el crecimiento no se limite sólo a Manila, sino que se ha extendido a otras ciudades del país. En 2016, Cebú ya se sitúa en el séptimo lugar entre los 100 mejores destinos del *outsourcing* mundial en el Tholons Top 100².

Tanto para las BPO como para las industrias creativas, las empresas tecnológicas nacionales y extranjeras encuentran en Filipinas una mano de obra angloparlante muy cualificada y, sobre todo, muy abundante (en torno a 136.000 ingenieros, de los cuales unos 73.000 son informáticos³ o de telecomunicaciones se licencian anualmente en las universidades filipinas), además de barata (el sueldo mensual de un principiante es inferior a 500 dólares estadounidenses, una décima parte de lo que cobrarían en Silicon Valley)⁴.

3. Los filipinos y las nuevas tecnologías

A la mano de obra cualificada se ha unido otro factor determinante: un creciente uso de las ▷

² <http://www.tholons.com/TholonsTop100/> y <http://www.aseanbriefing.com/news/2015/10/21/the-philippines-the-new-bpo-capitol-of-the-world.html>

³ Datos proporcionados por instituciones de educación superior, compilados por OPRKM-KMD en junio de 2015.

⁴ http://www.lesechos.fr/15/06/2015/lesechos.fr/021138642746_les-philippines-puissance-technologique-emergente.htm

¹ <http://www.undp.org/content/undp/en/home/presscenter/events/2014/july/HDR2014.html>

nuevas tecnologías entre la población filipina, que ha alcanzado en 2015 los 46 millones de usuarios de Internet (recordemos que la población de Filipinas supera los 100 millones de habitantes)⁵, con una penetración del teléfono móvil que supera el 110 por 100. Sin embargo, la «conectividad» del país se mantiene aún a la zaga de otros países de la región. El *Net Index Report*, publicado en mayo de 2015 por la compañía de pruebas de Internet de banda ancha Ookla, señala que Filipinas tiene una velocidad media de descarga de 3,64 Mbps, muy por debajo del promedio mundial de 23,3 Mbps⁶. La conectividad de baja velocidad, especialmente cuando se compara este parámetro con otros países de la región, puede influir muy negativamente en los posibles inversores que buscan hacer negocios en Filipinas, a pesar de otras ventajas que ofrezca el país.

4. La industria cultural en Filipinas

Centrándonos en la industria cultural, parece claro que en un mundo como el actual en el que diariamente se «suben» más de sesenta horas de vídeo por minuto a YouTube⁷, los modelos de consumo cultural se han visto modificados por completo, de modo que los contenidos culturales tienen en las *tablets* y *smartphones*, fundamentalmente a través de las redes sociales, un primer escaparate que ha ido sustituyendo progresivamente a la televisión, los cines y museos en los cinco continentes. En la actualidad, el 61 por 100 de los consumidores que ven TV y vídeo lo hacen en sus *smartphones*, con un incremento del 71 por 100 desde 2012. En el caso de productos audiovisuales de más de 30 minutos de duración (generalmente películas), los aparatos más utilizados son las TV (52 por 100), seguidas de las *tablets* (36 por 100), *smartphones* (23 por 100) y PC (22 por 100)⁸.

Filipinas es un caso paradigmático de esta revolución y del consumo de productos culturales (o susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual) en los nuevos soportes. Un ejemplo que por manido no deja de ser sumamente representativo, es que el 94 por 100 de los internautas filipinos son miembros de Facebook (Filipinas lleva años entre los 10 primeros países de usuarios de esta red social), con casi 22 millones de usuarios que diariamente se conectan a la misma y 7.200 nuevos usuarios cada día⁹.

En el ámbito cultural, resulta también muy ilustrativo el caso del gigante de la música en *streaming*, Spotify, para el que Filipinas se ha convertido en su segmento más importante en la región de Asia Pacífico (con 2.500 millones de canciones descargadas en 2014)¹⁰, y el segundo mayor mercado en términos de crecimiento para la empresa¹¹. Un 70 por 100 de los usuarios son *millennials* (tienen entre 16 y 30 años), y uno de cada cinco contrata la versión *premium*, lo que convierte a Filipinas en un más que interesante mercado.

En el ámbito del *streaming* audiovisual, Filipinas se está convirtiendo en un mercado muy interesante en el ámbito de Asia-Pacífico, al nivel de Hong Kong y Malasia, aunque con grandes diferencias sociales (sólo un 14,4 por 100 de suscriptores de multicanal y tres millones de hogares con banda ancha)¹². El inicio de la operatividad de Netflix en Filipinas en el primer trimestre de 2016 y la aparición de operadores de servicios OTT¹³ como SingTel's Hooq e iFlix son síntomas que deberían fomentar el uso del vídeo bajo demanda (*video on demand*) a nivel local.

En todo caso, la irrupción de las nuevas tecnologías hace preciso delimitar, aún más si cabe, el concepto de las industrias culturales y creativas. Según Paulynne Jusay Castillo (Economics Department, De La Salle University), las industrias creativas ▷

⁵ <http://www.internetlivestats.com/internet-users/philippines/>

⁶ <http://www.aseanbriefing.com/news/2015/10/21/the-philippines-the-new-bpo-capitol-of-the-world.html>

⁷ <http://www.rtve.es/noticias/20120423/fenomeno-youtube-siete-anos-60-horas-video-subidas-cada-minuto/517997.shtml>

⁸ Casbaa Multichannel TV 2016 Report.

⁹ <http://www.thephilippinepride.com/harvard-study-finds-80-13-of-filipino-facebook-users-are-dumb/>

¹⁰ <http://www.gmanetwork.com/news/story/475170/scitech/technology/spotify-phl-is-biggest-market-in-apac-with-2-5bn-songs-streamed-in-2014>

¹¹ <http://www.philstar.com/business-usual/2015/05/04/1450870/phl-second-fastest-growing-spotify-market-world>

¹² Casbaa Multichannel TV 2016.

¹³ Servicios de valor añadido a través de Internet (*Over The Top*).

generalmente pertenecen al sector servicios. Las actividades de negocio que se incluyen en esta categoría, según el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido (DCMS), «tienen su origen en la creatividad individual, habilidad y talento, que tienen potencial para la creación de empleo y riqueza a través de la generación y explotación de propiedad intelectual»¹⁴. Castillo señala que Filipinas habría adoptado el modelo británico de clasificación de las CCI, ensanchando el listado de los sectores que ésta incluiría, que se enumeran a continuación¹⁵:

- Artes visuales y comisariado cultural.
- Audiovisual y animación.
- Videojuegos y entretenimiento digital.
- Aplicaciones para teléfonos móviles.
- Publicidad.
- Arquitectura y diseño de interiores.
- Diseño industrial y diseño de moda.
- Música y artes escénicas.
- Radio y TV.
- Sector del juguete.

Según datos del año 2010 de la Oficina de Propiedad Intelectual de Filipinas (IPOP HL), las industrias creativas representaron un 7,34 por 100 del PIB nacional (en 2006 únicamente 4,82 por 100), empleando al 14,14 por 100 de la población activa y sumando un 3,06 por 100 de las exportaciones en ese mismo año. Muchos de los análisis de las CCIs, sobre todo en materia de medios de comunicación, se hacen todavía a escala regional y es llamativa la falta de información puesta al día en algunos sectores importantes como la industria discográfica y las artes escénicas. Por ello, además de por la amplitud de materias que abarcan las CCIs, nos detendremos únicamente en dos de los principales, artes visuales y audiovisual y animación, ya que ambos ejemplifican a mi juicio de modo completo la realidad, los desafíos y el potencial de la industria cultural filipina.

¹⁴ Castillo, P.J (2012). «Developing AEC into a Global Science Hub: The Case of the Creative Industries in the Philippines» in Tullao, T.S. and HH.Lim (eds.), Developing ASEAN Economic Community (AEC) into a global Services Hub, ERIA Research Project Report 2011-1, Jakarta: ERIA, pp. 271-338.

¹⁵ Joint Foreign Chambers of the Philippines Advocacy Paper 2010.

5. Las artes visuales

Respecto a las artes visuales, puede afirmarse que la escena del arte contemporáneo en Filipinas está consolidándose, fenómeno simbolizado por la participación de este país en la pasada *Bienal Internacional de Arte de Venecia* (2015) por primera vez en 51 años. Filipinas estará igualmente en el centro de todas las miradas en la 10ª edición de la potente feria *Art Dubai* 2016, puesto que la propuesta de Marker¹⁶, sección monográfica dedicada a una región, se concentrará este año en los espacios filipinos dirigidos por artistas (*artist-run spaces*), en una propuesta de la comisaria filipina Ringo Bunoan en la que podrán apreciarse trabajos de artistas emanados de espacios singulares que simbolizan la frescura, independencia y proyección de futuro de arte filipino como son 98B Collaboratory, Post Gallery, Project 20 o Thousandfold.

Respecto a la aparición de ferias de arte y el acompañamiento de las mismas con exposiciones paralelas en museos y galerías de Filipinas, como afirma Joselina Cruz, directora del Museum of Contemporary Art and Design (MCAD) de Manila, «aunque acontecimientos de este tipo estén aparentemente al margen del mercado del arte, están indudablemente hermanados con el ecosistema del mundo del arte»¹⁷. Filipinas, es cierto, no se ha quedado al margen de la eclosión del circo económico y mediático del arte contemporáneo en Asia. En la estela de *Art Singapore* cada mes de enero, con el referente del gigante de *Art Basel Hong Kong*, Filipinas ha visto nacer recientemente varias ferias de arte contemporáneo entre las que destaca la muy meritoria *Art Fair Philippines*, que en su cuarta edición (febrero de 2016) ha logrado reunir a 40 galerías de arte, varias de ellas extranjeras, como la española Cayón, y que ha superado la cifra de 16.000 visitantes que congregó la anterior edición. Hay que citar igualmente el éxito que tuvo la primera edición del festival *Fringe* en sus dos primeras ediciones (febrero de 2015 y de 2016), que dan buena ▷

¹⁶ <http://www.artdubai.ae/marker-2016>

¹⁷ Almanac 2016. ArtAsiaPacific magazine. Vol.XI.

cuenta de las cifras que puede alcanzar un evento de envergadura bien organizado en esta capital (en 2015, a lo largo de tres semanas se expusieron obras de 1.000 artistas en 37 sedes, con un total de 388 *performances* y un público de en torno a 20.000 personas, según los organizadores¹⁸).

La constante aparición de nuevos artistas filipinos con proyección internacional, el crecimiento económico de la región y el empuje de los coleccionistas filipinos a la hora de comprar arte nacional han promovido un adecuado sustrato para la creación, propiciando la aparición de un más que interesante mercado para la inversión. Por supuesto, la pujanza del arte filipino no es una novedad, ya que los inicios de la modernidad en Filipinas se sitúan bien a principios del siglo xx con el decano de la Escuela de Bellas Artes de la Universidad de Filipinas, Fernando Amorsolo, los tres «retornados» de EEUU (Juan Arellano, Diosdado Lorenzo y Victorio Edades) y los «13 *moderns*» que vinieron a continuación, dando paso posteriormente a la generación de los Arturo Liuz, Bencab o Fernando Zóbel¹⁹.

Quizá uno de los fenómenos más interesantes desde la óptica española, en los últimos años, ha sido el despunte de los precios de la pintura filipina en general, y de la obra de Fernando Zóbel (1924-1984) en particular²⁰, y de algunos cuadros de los clásicos filipinos, menos conocidos en el mercado español, como Juan Luna, Félix Resurrección Hidalgo o Fabián de la Rosa. Los principales coleccionistas filipinos y del resto del Sudeste Asiático (sobre todo los residentes en Hong Kong, que alberga desde 2010 una franquicia de Art Basel), han adquirido buena parte de la obra de esos autores que estaban en manos de propietarios españoles. También grandes casas de subastas, como Sotheby's o Christie's han comprado la obra de autores filipinos para situarla en el mercado de Hong Kong, la sede asiática más potente hoy día. Daniel Díaz apunta un caso muy ilustrativo del renovado interés por los «clásicos»

filipinos, el de la obra *España guiando a la gloria a Filipinas, 1884* (O/L, 229 x 79 cm). Se trata de «un cuadro de encargo de Juan Luna y Novicio (1857-1899) que se había vendido en Balclis en octubre de 2012, ante el asombro y la incredulidad de muchos, nada menos que por 200.000 euros, muy lejos de los 72.000 de la salida. Sin embargo, justo un año después salió en Sotheby's Hong Kong, ya un poco restaurada, con una estimación de unos 330.000-520.000 euros. Y cuál no sería la sorpresa del antiguo propietario, cabe suponer, cuando se enterase que su cuadro, que estaba en unas condiciones no especialmente óptimas, se había vendido nada menos que por 2.441.396 euros». Por su lado, las nuevas casas de subastas de arte manileñas (de momento muy pocas, entre las que destacan Leon Gallery y Salcedo Auctions) no han sido ajenas al negocio del arte de los grandes nombres filipinos. Así, en 2015, Salcedo Auctions remató un cuadro de Juan Luna, *¿A Do... Va la Nave?* (1885), por casi un millón de dólares, vendido a un coleccionista privado, marcando así el récord de una subasta privada en Filipinas.

En definitiva, puede afirmarse que la escena filipina de las artes visuales, y en concreto del arte contemporáneo, está atravesando un momento efervescente. A la eclosión de galerías y centros más alternativos, al calor de una nueva ola de talento nacional, se han unido algunas políticas acertadas como las desplegadas en materia de preservación del patrimonio pictórico como la del National Museum, y sobre todo el profesional desempeño curatorial de museos como el Vargas Museum, la Ateneo Art Gallery, el Metropolitan Museum o los espacios dedicados al arte del Cultural Center of the Philippines. Un movimiento que también tiene visos de seguir prosperando en algunas ciudades como Bacolod o Baguio.

6. Las artes audiovisuales

6.1. Cine

Otro de los campos en los que es preciso prestar atención es el audiovisual, y en concreto el cine. En palabras de Juan Guardiola, «la industria del ▷

¹⁸ <http://lifestyle.inquirer.net/207026/fringe-manila-2016-now-accepting-registrations>

¹⁹ Fajardo, Brenda V. «Contemporary Visual Arts in the Philippines». Contemporary Philippine Culture. Ed. The Japan Foundation. Manila Office 1998.

²⁰ Daniel Díaz. Revista Subastas Siglo XXI, número 158, marzo de 2014. Disponible en: <http://invertirenarte.es/el-auge-de-la-pintura-filipina/>

TABLA 1
RECAUDACIÓN EN TAQUILLA EN FILIPINAS POR PELÍCULA Y DISTRIBUIDORA (2014)

	Título	Distribuidora	Ingresos (millones de dólares)
1	The Amazing Spider-Man 2	Sony	10,21
2	Amazing Praybeyt Benjamin*	Star Cinema	10,13
3	Transformers: Age of Extinction.....	PPI	9,96
4	Starting Over Again*	Star Cinema	9,10
5	Maleficent.....	Disney	8,12
6	Bride for Rent*	Star Cinema	7,35
7	Captain America: The Winter Soldier	Disney	7,05
8	X-Men: Days of Future Past	Fox	7,03
9	She's Dating the Gangster*	Star Cinema	5,84
10	Guardians of the Galaxy	Disney	5,38

* Películas filipinas

Fuente: Film Development Council of the Philippines, 2014.

cine filipino fue considerada durante la segunda mitad del siglo xx la tercera en producción a escala global, tras Estados Unidos e India (...) Sin embargo, estamos hablando de una de las grandes (y más desconocidas) cinematografías y que tan sólo hoy, al amparo de lo que conocemos como *World Cinema* parece por fin descubrirse»²¹. En las últimas décadas, el director Lino Brocka (1939-1991) se dio a conocer en los festivales internacionales, como Cannes, con películas como *Tnminbang Ka Ngunit Kulang*, que describía la vida de los marginados de la sociedad. Su obra *Bayan Ko* (1985) tuvo un enorme impacto y le hizo finalmente merecedor, junto a otras de su filmografía, del estatuto póstumo de *National Artist*. En 2009, el director Brillante Mendoza recibió el premio al mejor director por su largometraje *Kinatay* en el Festival de Cannes. Las películas de Ishmael Bernal, teñidas de fuerte realismo social, también han recibido numerosos premios en el extranjero, destacando su *Himala* (Milagro), cuya versión restaurada inauguró la *Bienal de Venecia* en 2012. Más recientemente, destaca la concesión del mencionado premio en el festival de cine de Berlín a Lav Díaz, por *A lullaby to the sorrowful mistery*.

Aparte de este reconocimiento internacional en festivales de prestigio, a diferencia de otras cinematografías nacionales que han cedido ante la embestida de las superproducciones de Hollywood, el cine de Filipinas ha demostrado seguir siendo muy popular

entre sus ciudadanos y «resiliente»²². La industria cinematográfica local, que en los noventa producía una media de 140 a 170 largometrajes, ronda en la actualidad una media de 40 largometrajes, acuciada por la crisis de los nuevos formatos y la extendida práctica de la piratería, con prácticas muy diversas (desde algunas cadenas de TV por cable a los *betahans*, pequeñas salas de vídeo de 100 a 200 butacas en lugares remotos del país).

En todo caso, los últimos datos publicados confirman esta capacidad de hacer frente con dignidad a la penetración de Hollywood en el mercado: cuatro películas filipinas entre las diez más taquilleras del último año contabilizado, como se aprecia en la Tabla 1.

Filipinas sigue siendo a todas luces un mercado interesante para España. Con un total de 747 salas y un número de espectadores superior a los 48 millones en 2014, 40 millones en España en 2015, (precio medio de la entrada 4 USD, *box office* de USD 193,350,977), como se aprecia en la Tabla 2, la industria cinematográfica española está absolutamente ausente del recorrido comercial en Filipinas.

Salvo alguna proyección de series españolas en cadenas de TV por cable filipina y el festival *Pelikula* (organizado por el Instituto Cervantes de Manila con el apoyo de la Embajada de España), que en 2016 celebrará su 15ª edición, el desconocimiento del cine español por parte del espectador filipino es absoluto. España y Filipinas carecen de convenio de ▷

²¹ Guardiola, Juan (ed). *Cinema Filipinas. Historia, teoría y crítica fílmica* (1899-2009). Junta de Andalucía. Fundación El Legado Andalusi. 2010.

²² Sotto, Agustín «Hammy» (1998). «Contemporary Philippine Cinema». *Contemporary Philippine Culture*. Ed. The Japan Foundation. Manila Office.

TABLA 2
RECAUDACIÓN EN TAQUILLA EN FILIPINAS POR PAÍS DE ORIGEN (2014)

	País	Recaudación	Porcentaje
1	EEUU.....	102.255	52,9
2	Filipinas	67.541	34,9
3	EEUU/China	10.500	5,4
4	Japón.....	3.544	1,8
5	Francia.....	2.636	1,4
6	Reino Unido/EEUU.....	1.437	0,7
7	EEUU/Australia/Dinamarca	1.162	0,6
8	Francia/EEUU.....	969	0,5
9	Reino Unido/Australia/EEUU.....	406	0,2
10	Alemania/Canadá/EEUU	385	0,2
11	EEUU/Australia.....	381	0,2
38	Canadá/España/Francia.....	23	0,0
	Total	193.351	100,0

Fuente: Film Development Council of the Philippines, 2014.

cooperación y coproducción en materia audiovisual, aunque la historia común, los potenciales guiones sobre tema hispano-filipino, la presencia creciente de profesionales de ambos países en festivales de cine del otro y las oportunidades futuras de negocio aconsejarían dar los primeros pasos hacia un acuerdo internacional beneficioso para ambas partes.

6.2. Animación

Un segmento sin duda interesante para la industria audiovisual española es el de la animación filipina que, con una mano de obra de en torno a 11.000 empleados, ha pasado de una cifra de negocio de unos 80 millones de dólares en 2007 a 154 millones de USD en 2015²³. El 90 por 100 de la animación norteamericana se produce en Asia en estos momentos, y Filipinas comienza a convertirse en un proveedor de servicios de primera magnitud en esta materia, gracias a un número de profesionales de alta cualificación profesional, una tradición artística que se remonta a la época de los grandes dibujantes de cómic filipinos (muchos de ellos vinculados a Marvel y Disney) y una buena asociación estratégica con la Administración. Aparte de la natural relación

con el Film Development Council of the Philippines (FDCP) y a la National Commission for Culture and the Arts (NCCA), el Animation Council of the Philippines (ACPI) mantiene unos cauces abiertos con el Ministerio de Industria (DTI) y el de Ciencia y Tecnología, así como con las instancias correspondientes a la formación profesional (fundamentalmente TESDA, Technical Education And Skills Development Authority), conscientes de las posibilidades del sector.

Desde el año 2001, la animación filipina ha ido centrándose también en las nuevas posibilidades que ha abierto el *game art*, la animación 3D, el diseño de *apps* y videojuegos, etcétera. El subsector del videojuego es sin duda uno de los más interesantes, plagado de una historia nacional no exenta de sobresaltos (el régimen de Ferdinand Marcos prohibió los videojuegos en el país en noviembre de 1981 por atentar contra la moralidad y buenas costumbres de la juventud). En la actualidad, emplea a 4.000 personas en alrededor de 60 empresas, aunque la cuota filipina en el mercado mundial es insignificante (0,02 por 100). Sin embargo, nuevamente aquí se aprecia una gran flexibilidad de prestación de servicios de *outsourcing*, como lo demuestra el hecho de que el grueso del producto nacional es participación en la creación de videojuegos extranjeros. No obstante, en materia laboral, en los últimos años hemos asistido ▷

²³ Cifras proporcionadas por el Animation Council of the Philippines (ACPI).

a una lenta fuga de cerebros del sector al extranjero, ya que las condiciones salariales siguen siendo claramente inferiores en Filipinas (en 2011, el salario medio en EEUU de un animador era de 46.775 USD al año, mientras que en Filipinas se elevaba únicamente a 10.359 USD²⁴).

6.3. Film ASEAN

Centrándonos nuevamente en el sector del cine, se da la trascendental circunstancia añadida de que Manila se convirtió en 2015 en la sede de Film ASEAN²⁵, la asociación de las cinematografías de los diez países pertenecientes a la organización regional ASEAN, creada en 1967, con una población de 625 millones de personas, una superficie total de 4,5 millones de Km², un producto interior bruto combinado de 737 mil millones de dólares y un comercio exterior total de 720 millones de dólares. El reciente acuerdo de creación de una comunidad económica con vistas a 2020 implica, en materia audiovisual, un mayor acceso al mayor mercado después de China e India, algo que para España y Latinoamérica no debería de pasar desapercibido. Tanto más en cuanto que ASEAN ya está empezando a operar como una unidad en su presentación en los mercados audiovisuales en el exterior. El hecho de que Manila sea sede de Film ASEAN facilitaría, en teoría, una conexión del cine español con el del Sudeste Asiático, y la posibilidad de tender puentes hacia estructuras multinacionales en las que España desempeña un importante papel, como es el programa Ibermedia en el sistema de cumbres iberoamericanas.

7. Otras industrias

Tal y como hemos podido describir más arriba, Filipinas se ha ido convirtiendo poco a poco en una potencia tecnológica emergente, en la que el talento

creativo y artístico (como se señaló en el apartado relativo a las artes visuales) se han unido a nuevas herramientas y soportes que ofrecen renovadas posibilidades de negocio y desarrollo, que Filipinas está sabiendo aprovechar en el sector audiovisual, como hemos podido analizar brevemente en los párrafos anteriores.

Como se ha señalado igualmente, las CCI's filipinas incluyen un amplio abanico de subsectores en los que no podremos detenernos en este artículo, ya que cada uno de ellos sería objeto de una pausada reflexión. Destacan, entre otros, el sector de la publicidad y las artes escénicas y música.

7.1. Publicidad

En publicidad, Filipinas concentra toda la gama de nuevos y antiguos lenguajes, con al menos siete compañías 4A con gran cuota de negocio, diseñando anuncios para el mercado nacional y regional. Desde el tradicional *billboard* gigante, desaparecido en grandes capitales de otros países, hasta el *marketing online* (que ha aumentado 43 por 100 en los últimos 5 años, al compás de la penetración de Internet), pasando por los *spots* de radio y TV, la industria publicitaria acumula un importante talento cultural en el que se mezclan las aportaciones del pasado *yankee* con el tradicional humor *pinoy*, generando un tejido profesional importante, que se reúne anualmente en el *AdSummit Philippines*. El diseño forma igualmente parte importante del mapa filipino de las CCI's, con un evento bianual de gran envergadura denominado FAME, que constituye el segundo acontecimiento en materia de diseño y artesanía más importante en la zona de Asia-Pacífico, algunos diseñadores de fama internacional, como el cebuano Kenneth Cobonpue y un sustrato cultural refinado que, nuevamente al igual que en la publicidad, logra dar excelentes productos, fundamentalmente exportados a Europa. Tanto en diseño como en arquitectura o ingeniería, el sector en Filipinas padece, sin embargo, de las restricciones legales al ejercicio de la profesión por parte de los profesionales extranjeros ▷

²⁴ Castillo, P.J (2012), «Developing AEC into a Global Science Hub: The Case of the Creative Industries in the Philippines» in Tullao, T.S. and H.H.Lim (eds.), Developing ASEAN Economic Community (AEC) into a global Services Hub, ERIA Research Project Report 2011-1, Jakarta: ERIA, pp.292.

²⁵ <http://www.filmasean.net/>

que, sin duda, dinamizarían la actividad de los mismos.

7.2. Artes escénicas y música

Finalmente habría que mencionar las artes escénicas y la música, que son quizá la quintaesencia del talento creativo filipino, ya que éste es básicamente un país volcado en la música a través de su folclore y su realidad cotidiana. La pasión filipina por la música se percibe en la cotidianeidad de las calles del país, en las radios y numerosísimos *karaokes*, en la persistencia del folclore tradicional junto a cientos de solistas y bandas que engrosan las listas pasadas y presentes de la OPM (Original Philippine Music), en una potente escena *underground*, y en una gran oferta de música en directo no exenta de primeras figuras del pop-rock mundial (en los primeros meses del año, han pasado por Manila Madonna o Sting). El mencionado consumo de música en *streaming* y la práctica ausencia de la canción en español hacen de Filipinas, al menos, un interesante terreno para que la industria musical española se aventure con la certeza de que la disciplina es indudablemente campo propicio para posibles éxitos futuros.

8. Conclusiones

Con semejante rico y variado talento creativo, es razonable que Filipinas se apoye en el futuro en el mismo para, de manera ordenada, contribuir al desarrollo socioeconómico del país. Al igual que sucede en otros países, por desgracia, las industrias creativas y culturales no han sido aún objeto en Filipinas de una estrategia gubernamental y empresarial en su conjunto, que les dé el necesario engarce con las políticas de desarrollo industrial o turístico. España puede contribuir con su experiencia, a través de una transferencia de conocimiento en muchas de las áreas culturales y creativas, a ordenar el sector y a optimizar los esfuerzos públicos y privados que han cobrado fuerza en los últimos años, sobre todo al calor de la revolución digital en la que estamos inmersos. Para nuestros profesionales, artistas y empresas culturales y creativas, Filipinas ofrece por su lado una oportunidad muy atractiva y diferente de acercarse al continente asiático, desde un mercado en desarrollo que puede generar unas dinámicas hispano-filipinas con indudables posibilidades de negocio.