

CULTURA Y DESARROLLO ECONÓMICO EN IBEROAMÉRICA



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Organização
dos Estados
Ibero-americanos

Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura

CULTURA Y DESARROLLO ECONÓMICO EN IBEROAMÉRICA



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Organização
dos Estados
Ibero-americanos

Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura

Coordinador

Ernesto Espíndola

Redactores

Javiera Torres
Andrea Murden
Sara López
Guillermo Sunkel
Nincen Figueroa

Insumos y estadísticas

Antonia Samur
Andrés Espejo
Paloma Mediano
Sergio Malverde
Diego Villarroel

© Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)
Bravo Murillo, 38
28015 Madrid, España
www.oei.es

Diseño y maquetación: Leire Mayendía
Ilustración técnica: Ramón Colera
Corrección de textos: Cristina Núñez Pereira
Impresión: Grafilia S.L.

Impreso en agosto de 2014
ISBN: 978-84-7666-217-5
Depósito Legal: Hecho el depósito que marca la Ley n.º 1328/98

ÍNDICE GENERAL

▶ Lista de acrónimos	5
▶ Presentación	11
▶ Capítulo 1: Cultura y economía en la era global	15
1.1. Cultura, economía e industria	15
1.2. El comercio internacional de bienes y productos culturales	26
1.3. Cultura y nuevas tecnologías	38
1.4. Cultura y desigualdades.....	48
▶ Capítulo 2: La medición de la actividad cultural	59
2.1. Objetivos de la medición y aproximaciones metodológicas	59
2.2. Marco metodológico de referencia y fuentes de información	70
▶ Capítulo 3: Las Cuentas Satélites de Cultura en la región	75
3.1. Experiencias internacionales con Cuentas Satélites de Cultura	78
3.2. Experiencias y esfuerzos iberoamericanos para el desarrollo de CSC.....	82
3.3. Iniciativas en materia de estadísticas culturales y desarrollo de CSC.....	89
3.4. Recomendaciones para la construcción de CSC	93
▶ Capítulo 4: El empleo y las ocupaciones culturales en Iberoamérica	97
4.1. La medición del empleo en actividades del sector cultural	98
4.2. El empleo cultural	100
4.3. Empleo y ocupaciones culturales	119
4.4. Las remuneraciones en el ámbito de la cultura	124
4.5. Empleos informales en el ámbito de la cultura.....	129
▶ Capítulo 5: El comercio internacional de bienes y productos culturales	139
5.1. Análisis del comercio internacional cultural iberoamericano.....	139
5.2. Las importaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura	140
5.3. Las exportaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura	149
5.4. Balanza comercial cultural de Iberoamérica.....	162
▶ Capítulo 6: Institucionalidad y gasto público en cultura	173
6.1. La institucionalidad cultural en Iberoamérica	173
6.2. El gasto público en cultura	181
6.3. Análisis del gasto público: iniciativas nacionales y regionales	190
6.4. El déficit actual de recursos para alcanzar la meta del 1 % del presupuesto público total de los países	193

▶ Capítulo 7: La cooperación cultural internacional	197
7.1. La cooperación internacional	198
7.2. La cooperación cultural internacional	201
7.3. Los organismos multilaterales y su contribución al desarrollo de la cultura en Iberoamérica	208
7.4. Programas de cooperación en marcha	213
7.5. Otros programas de cooperación	218
7.6. Calidad y eficacia de la cooperación cultural internacional. Algunas recomendaciones	223
▶ Capítulo 8: Participación y consumo cultural en la era digital	229
8.1. El patrimonio cultural	230
8.2. Las presentaciones artísticas y exposiciones	237
8.3. Los libros	244
8.4. El cine	255
8.5. La música	262
8.6. Los medios de comunicación	270
8.7. Las tecnologías de la información y la comunicación	276
8.8. El gasto de los hogares en cultura	284
8.9. A modo de cierre	287
▶ Capítulo 9: El aporte de la cultura a la economía de los países de Iberoamérica	295
9.1. El aporte económico de las industrias culturales y creativas	296
9.2. El aporte económico de las industrias protegidas por derechos de autor	299
9.3. El PIB cultural	304
▶ Capítulo 10: Recomendaciones para la política cultural	309
10.1. Estado y Gobierno	310
10.2. El sector privado y la sociedad civil	321
10.3. Financiamiento y cooperación internacional	324
▶ Bibliografía	327
▶ Anexo metodológico: http://www.oei.es/publicaciones/cultura_desarrollo_economico/anexo_metodologico.pdf	
▶ Anexo estadístico: http://www.oei.es/publicaciones/cultura_desarrollo_economico/anexo_estadistico.xls , http://www.oei.es/publicaciones/cultura_desarrollo_economico/anexo_estadistico.pdf	

LISTA DE ACRÓNIMOS

ABS	Oficina de Estadísticas de Australia
AC/E	Acción Cultural Española
ACEI	Association for Cultural Economics International
ACPSA	Cuenta Satélite de las Artes y Producción Cultural (Estados Unidos) (por las siglas en inglés de Arts and Cultural Production Satellite Account)
ADPIC	Acuerdo sobre Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (en inglés: TRIPS)
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
AIPCE	Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural del Ecuador
ALADI	Asociación Latinoamericana de Integración
ALCA	Área de Libre Comercio de las Américas
AMARC ALC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias-América Latina y el Caribe
AMEXCID	Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo
AMYCOS	organización no gubernamental para la cooperación solidaria
ANEP	Administración Nacional de Educación Pública (Uruguay)
AOD	Ayuda Oficial para el Desarrollo
ATEI	Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas
BADECEL	Base de Datos Estadísticos de Comercio Exterior
BC	Banco Central
BEA	Oficina de Análisis Económico (Estados Unidos) (por las siglas en inglés de Industry Economic Accounts)
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BOU	Balances Oferta-Utilización
BSA	Business Software Alliance
CAB	Convenio Andrés Bello
CAD	Comité de Ayuda al Desarrollo
CADIC	Cámara de Distribuidores Cinematográficos
CAEU	Centro de Altos Estudios Universitarios Iberoamericanos de la OEI
CAF	Corporación Andina de Fomento
CAN	Comunidad Andina de Naciones
CASEN	Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (Chile)
CCI	Carta Cultural Iberoamericana
CCIF	Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (en inglés: COICOP)
CD	disco compacto
CELAC	Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe

CERC	Centro de Estudios de Realidad Contemporánea
CERLALC	Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina
CESAP	Centro al Servicio de la Acción Popular
CIC	Comisión Interamericana de Cultura
CIDI	Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral
CIECC	Consejo Interamericano de Educación, Ciencia y Cultura
CIF	<i>cost, insurance, freight</i> (valores)
CIIU	Clasificador Internacional Industrial Uniforme (en inglés: ISIC)
CISOR	Centro de Investigación Social
CIUO	Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (en inglés: ISCO)
CNB	Compañía Nacional de Bailado
CNCA	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Chile)
CSC Chile	Cuenta Satélite de la Cultura en Chile
COFOG	Clasificación de Funciones de Gobierno
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (México)
CRS	Creditor Reporting System-Aid Activity Database
CSC	Cuenta Satélite de la Cultura
CSCCR	Cuenta Satélite de la Cultura de Costa Rica
CSCE	Cuenta Satélite de la Cultura en España
CSCM	Cuenta Satélite de la Cultura de México
CSCU	Cuenta Satélite de Cultura en Uruguay
CSP	Estadísticas Culturales Canadienses
CUCI	Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (en inglés: SITC)
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Colombia)
DCMS	Departamento de Cultura, Medios y Deporte (Reino Unido)
DEC	Dirección de Estadísticas y Censos (Panamá)
DEP	Departamento de Estudios y Prospectiva (Francia)
DGEEC	Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (Paraguay)
DIBAM	Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Chile)
DICREA	Departamento de Industrias Creativas
DIGESTYC	Dirección General de Estadísticas y Censos (El Salvador)
DIPRES	Dirección de Presupuesto del Ministerio de Hacienda (Chile)
DLD	Distribuidora Livros Digitais
DNC	Dirección Nacional de Cultura (Uruguay)
DSCN	Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales (Colombia)
DVD	<i>digital versatile disc</i>
ECC	Encuesta de Consumo Cultural
EIU	Economist Intelligence Unit
ENAH0	Encuesta Nacional de Hogares

ENIA	Encuesta Nacional Industrial Anual (Chile)
ENIGH	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
EPA	Encuesta de Población Activa
FGEE	Federación de Gremios de Editores de España
FOB	<i>free on board</i> (valores)
FONCA	Fondo Nacional de la Cultura y las Artes
Fondart	Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Chile)
FUNARTE	Fundación Nacional de Arte (Brasil)
GATS	Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (por las siglas en inglés de General Agreement on Trade in Services)
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (por las siglas en inglés de General Agreement on Tariffs and Trade)
GC	Gobierno Central
GCP	Gobierno Central Presupuestario
GG	Gobierno General
GIE	Grupo Iberoamericano de Editores
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografía y Estadísticas
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
ICT	Information and Communication Technology
IDC	International Data Corporation
IFLA	Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (por las siglas en inglés de International Federation of Library Associations)
IFPI	Federación Internacional de la Industria Fonográfica (por las siglas en inglés de International Federation of Phonographic Industry)
ILAM	Instituto Latinoamericano de Museos
INAC	Instituto Nacional de Cultura (Panamá)
INAEM	Instituto Nacional de Artes Escénicas y de la Música (España)
INC	Instituto Nacional de Cultura (Perú)
INDEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Argentina)
INE	Instituto Nacional de Estadísticas (Chile, Bolivia, Honduras, Uruguay)
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Ecuador, Costa Rica, Nicaragua)
INEGI	Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía
INEI	Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (Perú)
INPC	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (Ecuador)
INSEE	Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos (Francia)
IPDA	industrias protegidas por derecho de autor
ISBN	International Standard Book Number
JCE	Journal of Cultural Economics
LGE	Grupo Líder de Estadísticas Culturales

MEC	Marco de Estadísticas Culturales
MECD	Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (España)
Mercosur	Mercado Común del Sur
MICUDE	Ministerio Cultura y Deporte (Guatemala)
MINC	Ministerio de Cultura (República Dominicana, Brasil)
mipyme	micro-, pequeñas y medianas empresas
Mondiacult	Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales
MTP	Medidas Tecnológicas de Protección
NCCRS	Centro Nacional de Estadísticas Culturales y Recreativas (Australia) (por las siglas en inglés de National Centre for Culture and Recreation Statistics)
NEA	Dotación Nacional para las Artes (Estados Unidos) (por las siglas en inglés de National Endowment for the Arts)
OAC	Observatorio das Actividades Culturais (Portugal)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODAI	Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor
OEA	Organización de Estados Americanos
OEI	Organización de Estados Iberoamericanos
OIBC	Observatorio Iberoamericano de Cultura
OIPC	Observatorio Interamericano de Políticas Culturales de la OEA
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONG	organización no gubernamental
ONGD	organización no gubernamental de desarrollo
ONU	Organización de Naciones Unidas
OPC	Observatorio de Políticas Culturales
PFV	Programa de Formación Virtual
PIB	producto interior bruto
PICBIC	Programa Iberoamericano de Cooperación en materia de Bibliotecas Públicas
PMA	país menos adelantado
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
POD	impresión bajo demanda / publicación bajo demanda (por las siglas en inglés de <i>print on demand</i>)
PRDC	Programa Regional de Desarrollo Cultural
PRM	país de renta media
RADI	Red de Archivos Diplomáticos Iberoamericanos
RedCSC	Red de Cuentas Satélites de Cultura
SCIAN	Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte
SCN	Sistema de Cuentas Nacionales

SEC	Sistema Europeo de Cuentas
SEN	Sistema Estadístico Nacional
SEGIB	Secretaría General Iberoamericana
SGAE	Sociedad General de Autores y Editores
SIC	Sistema de Información Cultural
SICA	Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina
SICPY	Sistema Nacional de Información Cultural (Paraguay)
SICSUR	Sistema de Información Cultural del Mercosur
SIEC	Sistema de Información de Estadísticas Culturales (Perú)
SINAB	Sistema Nacional de Bibliotecas (Ecuador)
SInCA	Sistema de Información Cultural de la Argentina
SiNIC	Sistema Nacional de Información Cultural (Colombia)
SODRE	Servicio Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos
SOPA	Stop Online Piracy Act
SPNF	sector público no financiero
STATCAN	Sistema Estadístico Canadiense (por las siglas en inglés de Statistics Canada)
TEIb	Televisión Educativa Iberoamericana (programa)
TIC	tecnologías de la información y la comunicación
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte (en inglés: NAFTA)
UE	Unión Europea
UIS	Instituto de Estadísticas de la Unesco (por las siglas en inglés de Unesco Institute for Statistics)
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNASUR	Unión de Estados Suramericanos
UNCTAD	Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (por las siglas en inglés de United Nations Conference on Trade and Development)
Unesco	Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (por las siglas en inglés de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UNWTO	Organización Mundial de Turismo (por las siglas en inglés de United Nations World Tourism Organization)
USD	<i>United States dollar</i>
VA	valor agregado
VAB	valor agregado bruto
VHS	<i>video home system</i>
WIPO	World Intellectual Property Organization

PRESENTACIÓN

En el año 2006 fue aprobada la Carta Cultural Iberoamericana por la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Montevideo en ese mismo año. Esta entiende que los derechos culturales son de carácter fundamental y se guían según los principios de universalidad, indivisibilidad e interdependencia. Su ejercicio se desarrolla en el marco del carácter integral de los derechos humanos, de forma tal que ese mismo ejercicio permite y facilita, a todos los individuos y grupos, la realización de sus capacidades creativas, así como el acceso, la participación y el disfrute de la cultura. Estos derechos son la base de la plena ciudadanía y hacen de los individuos, en el colectivo social, los protagonistas del quehacer en el campo de la cultura.

Además, reconoce que las culturas tradicionales indígenas, de afrodescendientes y de poblaciones migrantes en sus múltiples manifestaciones son parte relevante de la cultura y de la diversidad cultural iberoamericana, y constituyen un patrimonio fundamental para la humanidad. Por ello, la Carta Cultural Iberoamericana se propuso articular en la región la Declaración sobre la Diversidad Cultural de la Unesco del año 2001 y la posterior Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Se propuso, asimismo, dar cauce y continuidad a las experiencias y estrategias de cooperación internacional desarrolladas por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Sus objetivos principales pueden resumirse en tres imperativos, a saber: afirmar el valor central de la cultura para el desarrollo humano, promover y proteger la diversidad cultural, y consolidar el espacio cultural iberoamericano.

Pero estos imperativos enfrentan grandes desafíos. Por una parte, existen grandes desigualdades en el acceso de la población al capital cultural de cada uno de los países que conforman este espacio. Tal desigualdad es un correlato de las enormes brechas existentes en el terreno económico y educacional, y de la larga historia de discriminación y exclusión que afecta especialmente a las poblaciones originarias, afrodescendientes e inmigrantes. Por otra parte, los cambios sociales y tecnológicos están impactando en toda la sociedad, pero de forma especial en la juventud, y modifican la forma de estar en el mundo, las relaciones sociales y el propio significado de la cultura.

Es imprescindible, pues, impulsar la reflexión sobre el papel de la cultura en el desarrollo de los pueblos en un mundo cada vez más globalizado y de creciente penetración de las tecnologías en sociedades multiculturales. Tal reflexión debe contribuir a una acción transformadora que otorgue a la cultura la necesaria centralidad en el progreso de los pueblos y en el bienestar y el buen vivir de los ciudadanos.

La Carta Cultural Iberoamericana constituye, en este sentido, un horizonte hacia el cual nuestros pueblos deben transitar. A partir de la aprobación de dicha Carta, las sucesivas Conferencias Iberoamericanas de Cultura han ido delineando los mapas de navegación que nuestras sociedades, cada una y como comunidad iberoamericana, deben seguir.

En el nivel regional, la hoja de ruta ha implicado el desarrollo y fortalecimiento de los programas IBER que coordina la SEIGB y los proyectos iberoamericanos que son responsabilidad de la OEI. Estas iniciativas son imprescindibles para ampliar la conciencia colectiva iberoamericana en el campo de la cultura, aprender unos de otros, potenciar la creación, la expresión y el tejido industrial en cada país y enriquecernos con las diferentes sensibilidades culturales y artísticas que proceden de cada uno de los países. Se trata de lograr que todos los países se sientan partícipes y puedan acceder a los beneficios culturales que eso supone.

Una de dichas iniciativas, aprobada en la XVI Conferencia Iberoamericana de Cultura, realizada en Ciudad de Panamá el 13 de septiembre de 2013, fue la puesta en marcha del Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIBC), con la participación de los responsables de la información estadística cultural de cada país y, especialmente, la de los diversos sistemas subregionales (SICSUR, CAN y SICA). El Observatorio surge como un ámbito de trabajo en común que permitirá el fortalecimiento de las capacidades de los países para construir sus propios sistemas de información estadística, el desarrollo de estrategias de difusión de información y la elaboración de informes de actualización regional.

La aprobación de esta iniciativa permitió impulsar la realización de la segunda edición del estudio: *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica 2014*. El documento aborda el efecto de la cultura en el desarrollo económico de nuestros países y llega a una conclusión impactante: los aportes de la cultura al desarrollo económico de los países son muy superiores a los presupuestos que los mismos países beneficiados invierten en el desarrollo de la cultura.

Poco habremos avanzado si no conocemos nuestra realidad cultural y no somos capaces de que se tome conciencia colectiva sobre ella. Por estas razones, es necesario tener un sistema de seguimiento y evaluación regional capaz de coordinar la información obtenida por cada país y valorar además el funcionamiento de los programas comunes que desarrollamos entre todos, objetivo que cumple el Observatorio Iberoamericano de la Cultura. Y el presente estudio constituye un faro que permite visualizar, en términos cuantitativos pero también cualitativos, la relevancia de la actividad cultural tanto económica como social para el desarrollo de nuestras sociedades.

El estudio ha hecho el esfuerzo de recolectar y generar una multiplicidad de estadísticas culturales e informaciones afines, en colaboración o diálogo con diversos equipos nacionales de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, México, Panamá,

Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, entre otros. Pero el estudio todavía es un mosaico incompleto de la realidad y diversidad cultural de nuestros pueblos, un faro que no señala el puerto, sino tan solo un punto en el camino.

Tal vez la conclusión más importante del estudio es lo imprescindible de fortalecer las estadísticas nacionales sobre cultura y conocer su impacto en el desarrollo económico de cada país. Hace falta, en consecuencia, que los organismos oficiales responsables de la información incluyan la cultura como una de las dimensiones específicas y autónomas. Esta es, en síntesis, la finalidad de crear en todos los países Cuentas Satélites de Cultura.

Finalmente, el estudio pone en relieve que aún falta mucho camino por recorrer para que todos los países lleguen a destinar al menos el 1 % de su presupuesto a la inversión cultural, tal como se aprobó en la Conferencia de Ministros de Cultura celebrada en Chile, en julio de 2007. Lograrlo es el último y principal objetivo de este documento. Para ello es preciso impulsar el debate y la movilización social sobre la importancia de la cultura en el desarrollo económico y social de nuestros países y la rentabilidad de la inversión pública en el campo cultural. Más aún, es central lograr el reconocimiento de que la cultura es ahora y cada vez más una acción compartida por millones de personas que buscan encontrarse con su pasado de forma colectiva para construir el futuro con modos diferentes de expresión. La cultura es, pues, la riqueza de los pueblos que defienden su identidad y que tratan de reinventarse en un mundo globalizado, multicultural y diverso.

El documento que ahora se presenta quiere ser una contribución más en este reconocimiento, y esperamos que detone nuevos impulsos y que contribuya a que la cultura sea realmente vivida y valorada como eje fundamental del desarrollo del sentido de pertenencia colectiva y de la libertad de los pueblos y de las personas.

Álvaro Marchesi



Secretario general de la OEI

Alicia Bárcena



Secretaria ejecutiva de la CEPAL



CULTURA Y ECONOMÍA EN LA ERA GLOBAL

1.1. Cultura, economía e industria

¿Cómo se relaciona la cultura con la economía? ¿Aporta algo la cultura a la economía? Son preguntas de larga data que se han intensificado en los países de la región desde finales del siglo xx con el advenimiento de la era global y la constatación de que el sector cultural hace significativas aportaciones al sector económico. Con el afán de abordar este tema, se han creado distintos conceptos, como economía de la cultura, economía de las industrias culturales y creativas, economía de las industrias protegidas por derechos de autor, y economía naranja. Antes de adentrarnos en el desarrollo de estos conceptos, parece fundamental dilucidar en primer lugar qué se entiende por cultura.

Plantear una definición de cultura es una tarea compleja, pues existen muchas definiciones. El concepto, de hecho, es uno de los más complejos en ciencias sociales y los debates en torno a él se prolongan hasta el día de hoy. Al intentar reconstruir la historia del concepto, se aprecia cómo diferentes campos y escuelas han abordado el término de forma distinta en breves periodos de tiempo.

El primer uso de la palabra *cultura*, tal como se conoce hoy en día, se encuentra en los tiempos del Imperio romano, cuando Cicerón, al vocablo *cultus* ('cultivo de la tierra'), le otorgó el sentido de 'cultivo del hombre'. Esta idea se mantuvo hasta el periodo de la Ilustración, momento en que *cultura* se inscribió por completo en la ideología de la época asociándose a las nociones de progreso, evolución, educación y razón. Con el paso del tiempo, su uso comenzó a expandirse y ya no solo se asoció al progreso individual, sino también a los procesos de crecimiento de una sociedad. En el siglo xix, la antropología tomó la cultura como su principal objeto de estudio, entendiéndola como un hecho natural básico de toda organización social, cuyos diferentes modos de desarrollo sirven para explicar las diferencias entre las sociedades reales (Güell, 2008).

Siguiendo esa lógica desde una perspectiva contemporánea, la Unesco (2001) define cultura como:

El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras,

los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Tomando la definición de la Unesco, cultura es identidad y diversidad, pero también es economía, en la medida en que las sociedades expresan su cultura a través de la producción de bienes culturales con los que se puede comerciar.

A principios del siglo xx surgieron las primeras discusiones sobre la relación entre cultura y economía, con la publicación en 1910 del artículo «El arte y la economía», en la revista alemana *Volkswirtschaftliche Blätter*. Luego, en los años cuarenta, Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, a través de su libro *La dialéctica del iluminismo*, criticaron los efectos de la industrialización en la cultura.

A partir de la década de los sesenta, economistas norteamericanos comenzaron a interesarse por el tema de la economía y la producción cultural y añadieron un nuevo actor al análisis al referirse al papel que debería desempeñar el Estado. Estos estudios se reflejan en *El dilema económico de las artes escénicas*, de W. Baumol y W. Bowen, publicado cerca de la década de los setenta. La importancia del sector en la producción nacional fue señalada por primera vez por la Universidad de Standford en 1974. Según un enfoque de «industria de la información», se apuntó que este sector es el principal indicador en cuanto a empleo y producción (producto interior bruto, PIB) en Estados Unidos durante la época del capitalismo avanzado. Pero es a partir de los años ochenta, con los aportes de la sociología y la economía política, cuando las reflexiones teóricas y los estudios empíricos a este respecto coinciden en que su objetivo es «comprender el funcionamiento material de la cultura» (Montalvo, 2011).

► Economía de la cultura

Para muchos autores, el mencionado libro de W. Baumol y W. Bowen *El dilema económico de las artes escénicas* (1966) dio origen a una nueva subdisciplina de la ciencia económica denominada primero economía del arte y luego, economía de la cultura. Este libro puso el énfasis durante las décadas de 1960 y 1970 de la literatura económica en las artes escénicas (teatro, orquestas sinfónicas, grupos de cámara, ópera, danza). Y ha sido esgrimido desde el inicio para justificar la subvención pública o privada de las artes.

Desde esa fecha, diversos hitos fueron marcando el desarrollo de la economía de la cultura, como la creación en 1973 de la Association for Cultural Economics, cuyos estatutos se modificaron en 1993, cuando adoptó su nombre actual: Association for Cultural Economics International (ACEI). Dicha asociación realizó entre 1979 y 2008 un total de quince conferencias sobre economía de la cultura. En 1977, en tanto, se creó el *Journal of Cultural Economics* (JCE). Mientras,

los últimos avances fueron publicados por Throsby (1994), en el *Journal of Economic Literature*, y Blaug (2001), en el *Journal of Economic Surveys* (Palma y Aguado, 2010).

A pesar de estos avances, Ginsburgh (2001) plantea que la economía de la cultura aún está en su infancia, pues su objeto no está bien definido y se sitúa en el cruce de varias disciplinas: historia y filosofía del arte, sociología, derecho, administración y economía. No obstante, su posición relativa dentro de la ciencia económica le da un amplio potencial de desarrollo. Blaug (2001), por su parte, distingue dos tipos de progreso: teórico y técnico, y señala que de 1966 a la fecha la economía de la cultura ha avanzado en ambos, pero más en el campo empírico, vinculado con las estimaciones de relaciones empíricas fundamentales, por ejemplo, las funciones de costos de las organizaciones culturales.

En 2006 se publicó el primer *Handbook of the Economics of Art and Culture*, en la serie *Handbooks in Economics* editada por K. Arrow y M. Intriligator, que presenta los avances más significativos en las distintas áreas de la economía. En 2008 apareció por vez primera una entrada titulada «Art, Economics of» en *The New Palgrave Dictionary of Economics*, escrita por D. Throsby. Para Palma y Aguado (2010), los hitos mencionados llevan a apreciar el desarrollo de la economía de la cultura como subdisciplina de la ciencia económica, con un campo de estudio definido y rasgos distintivos frente a las demás áreas de la economía.

Más allá de esta discusión, lo importante es entender qué engloba el concepto de economía de la cultura. Towse (2003) define la economía de la cultura como «la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales». Frey (2000), por su parte, sugiere que la economía del arte o de la cultura se puede enfocar desde dos puntos de vista. El primero, desde un punto de vista descriptivo, busca cuantificar la importancia de las actividades artísticas y culturales en términos de flujos de ingresos y empleos generados en la economía. El segundo, desde un plano analítico, aplica las herramientas económicas a las actividades artísticas y culturales, incluida la política cultural.

Para Gabriela Montalvo (2011), en cambio, la economía de la cultura es un concepto en construcción que hace referencia a «las relaciones que se suceden en los complejos procesos de creación, producción, circulación y “consumo” de bienes y servicios culturales que contienen, transmiten y reproducen contenidos simbólicos». De esta manera, la economía de la cultura se concibe como un espacio que reconoce la dimensión económica de las actividades culturales (de lo cultural), pues para su realización se requiere de una serie de intercambios que implican transacciones que se traducen en un flujo económico real y muchas veces monetario, pero que hace referencia también al contenido cultural de lo económico.

Para Rausell y Carrasco, la economía del arte y la cultura tiene entre sus temas más importantes aspectos como la intervención pública en la promoción y difusión de la cultura; el impacto

económico de la cultura; el precio de los bienes artísticos; el funcionamiento de instituciones de provisión cultural como los museos, los teatros, las óperas, etc.; las carreras profesionales de los artistas; el comportamiento de las industrias culturales (música, audiovisual, edición de textos); la relación entre cultura y desarrollo, etc. Palma y Aguado (2010), por su parte, señalan que la economía de la cultura aborda los siguientes temas: artes escénicas, artes visuales, patrimonio histórico y construido, industrias culturales y políticas culturales, mientras que la economía creativa trata sobre las industrias creativas.

Sin duda alguna, el mayor aporte de la cultura a la economía se produce a través de las industrias culturales, lo que ha llevado a hablar con frecuencia de economía de las industrias culturales.

► Industrias culturales

Existen diversas definiciones de industrias culturales y, en sentido amplio, se pueden explicar como «el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías» (García Canclini, 2002). Por su parte, la Unesco (2005) define las industrias culturales como «aquellas que producen y distribuyen bienes y servicios culturales que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales».

El concepto de industria cultural apareció por primera vez en el artículo de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer: «La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas», escrito entre 1944 y 1947, presente en su libro *La dialéctica del iluminismo* (también llamado *Dialéctica de la Ilustración*). En dicho artículo los autores, representantes de la Escuela de Fráncfort, criticaron los procesos de industrialización que estaban convirtiendo la cultura en mera reproducción de bienes. A su juicio, la reproducción en serie de bienes culturales entregaba a los consumidores un producto estándar, simplificado, ajustado a su perfil, que limitaba seriamente, dadas las características, su actividad mental.

Las distinciones enfáticas, como aquellas entre filmes de tipo *a* y *b* o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente [...]. Para el consumidor no hay nada que clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción (Adorno y Horkheimer, 1988).

De acuerdo con lo planteado por Felipe Espinosa (2010), es posible distinguir varios momentos en los que se ha abordado el estudio de las industrias culturales. El primero de ellos tiene su

origen en el marxismo contemporáneo planteado por los teóricos de la Escuela de Fráncfort Adorno y Horkheimer. El segundo, dedicado al estudio de las dinámicas propias de las industrias culturales y a las innovaciones que plantean al sistema general de vida, se encarna en los escritos de Stuart Hall, Raymond Williams, David Hesmondhalgh, Bernard Miège y Nicholas Garnham. De acuerdo con Espinosa, los estudios de estos investigadores han permitido conformar una bibliografía exhaustiva sobre el funcionamiento de las industrias y han abierto la discusión sobre el trabajo creativo, la organización social del trabajo cultural y la importancia económica para la actividad productiva de los países.

Los resultados de estas investigaciones, en su opinión, motivaron a muchos países a realizar estudios parecidos, generalmente incentivados por sus ministerios de Cultura u organizaciones internacionales. En España, señala, Enrique Bustamante ha realizado distintos estudios sobre las industrias culturales y su influencia económica y laboral. En tanto que en Latinoamérica menciona la labor del Mercosur, que ha impulsado distintas iniciativas en colaboración con los ministerios de los Estados, coordinados por el argentino Octavio Getino. Por último, Espinosa destaca para nuestra región las publicaciones de Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini, quienes han conformado una visión local sobre los efectos de la globalización en la cultura y las industrias culturales.

Cabe señalar que el trayecto mencionado no ha estado exento de polémicas y de voces críticas respecto al papel de las industrias culturales. Las visiones críticas (inauguradas con los planteamientos de Adorno y Horkheimer) proliferaron en la segunda mitad del siglo xx a través de diversos autores. Como señala Espinosa, algunos académicos e investigadores han planteado que las industrias culturales son el modo articulado de cierto «imperialismo cultural» (Mattelart), que impregna las formas de funcionamiento del sistema artístico (Clifford), las formas de construcción de las identidades locales o fragmentadas (Williams) y la cultura popular (García Canclini, Martín-Barbero), y que estos procesos actuales de globalización transforman los modelos de representación (Giddens, Hall) y configuración del tejido social (Bauman).

Siguiendo esa línea crítica, Bustamante y Zallo (1998) definen las industrias culturales como «un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas, finalmente, a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social».

Más allá de las visiones negativas sobre las industrias culturales, lo cierto es que se han ido expandiendo aceleradamente gracias a los adelantos tecnológicos y al avance de la globalización. Como señala la Unesco (2009), la cultura se ha incorporado a procesos de producción sofisticados, a cadenas productivas complejas y a la circulación a gran escala en distintos mercados. Lo

importante de todo ello es que las industrias culturales generan miles de empleos y movilizan un número cada vez mayor de recursos. De acuerdo con algunas estimaciones optimistas (Durán, 2008), en términos económicos representan más de un 7 % del PIB mundial.

Durante mucho tiempo se ha hecho un tratamiento del sector de la cultura considerando solo las industrias culturales tradicionales (editorial, audiovisual y fonográfica); sin embargo, con el tiempo han sido numerosas las organizaciones que han ampliado el ámbito de actuación de la cultura a otras actividades consideradas también industrias creativas, lo que ha dado lugar a un enfoque más amplio de la cultura.

► Industrias creativas

El término *industrias creativas* nació en Australia en los años ochenta, pero no se desarrolló hasta los noventa en el Reino Unido. El concepto respondía a la necesidad de cambiar los términos de debate acerca del valor real de las artes y de la cultura, pues hasta entonces se consideraba que estas actividades solo dependían de los subsidios estatales, con un impacto marginal en la vida económica. Los defensores de la noción *industrias creativas* pensaban que para entender la aportación real de las actividades creativas y culturales era necesario considerar la totalidad de las actividades económicas y las formas comerciales a las que dan vida, incluyendo industrias de servicios tales como la publicidad, que principalmente vende su creatividad a otras industrias (BOP Consulting, 2010).

Cabe mencionar que la adopción del concepto de industrias creativas estuvo estrechamente ligada con la creación del Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés), que asumió las funciones del antiguo Departamento de Patrimonio Nacional. Una de las primeras decisiones del nuevo ente fue la creación de una Mesa de Trabajo para las Industrias Creativas, que produjo el histórico documento: *Mapeo de las industrias creativas* (1998), así como un reporte de seguimiento en el 2001.

El documento de 1998 definió las industrias creativas como «aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, habilidad o talento individual, y que tienen el potencial para crear riqueza y empleo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual». Íntimamente ligado al concepto de *industrias creativas* apareció el término *economía creativa*, que entiende la creatividad –en un sentido amplio– «como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios» (Unesco, 2010).

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, 2010):

Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su peso como patrimonio, arte, medios y creaciones.

Para José Zofío (2013), la creatividad es un recurso escaso y con valor económico. El autor plantea que pese a los cuestionamientos sobre su aporte al desarrollo, gracias a los marcos conceptuales relativos a los derechos de autor, hoy es posible analizar cómo la producción creativa se manifiesta en bienes y servicios; observar la oferta y demanda de productos creativos (mercados), y obtener evidencias de la importancia social, económica y cultural de la economía creativa (se conocen estudios de casos exitosos).

Más allá de las diferencias de acento entre industrias culturales e industrias creativas, lo cierto es que cada vez con mayor frecuencia estos conceptos se entienden en conjunto. Para la Unión Europea (KEA, 2006), la industria de la cultura y la creatividad se compone del «sector cultural» –compuesto a su vez de *a*) sectores no industriales que producen bienes y servicios no reproducibles (actividades culturales clásicas); y *b*) sectores industriales que producen de forma masiva bienes y servicios reproducibles para consumo interno y externo (actividades de mercado)– y del «sector creativo», donde la cultura constituye un insumo para producir bienes y servicios no culturales (actividades de diseño, arquitectura y publicidad).

La Unesco, por su parte, tomando como referencia su marco de estadísticas culturales, propone en *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas* (2010), una definición amplia de estas, entendidas 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».

Este enfoque pone el énfasis en los bienes, servicios y actividades de contenido cultural y/o artístico y/o patrimonial, cuyo origen es la creatividad humana, sea en el pasado o en el presente, así como en las funciones necesarias propias de cada sector de la cadena productiva que permite a dichos bienes, servicios y actividades llegar al público y al mercado. Por ello, esta definición no se limita a la producción de la creatividad humana y a su reproducción industrial, sino que incluye otras actividades relacionadas que contribuyen a fabricar y difundir los productos culturales y creativos. De esta manera, entiende que las principales características de las industrias culturales y creativas son las siguientes:

- Incorporar la creatividad como componente central de la producción.
- Tener contenido artístico, cultural o patrimonial.

- Tener como núcleo la innovación y recreación.
- Generar un área de intersección entre la economía, la cultura y el derecho.
- Producir bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidos por la propiedad intelectual, los derechos de autor y los derechos conexos.
- Tener una doble naturaleza: económica (generadora de riqueza y empleo) y cultural (generadora de valores, sentido e identidades).
- Implicar una demanda y comportamiento de los diferentes públicos difícil de anticipar.

Tal como indica la *Guía* de Unesco, las industrias culturales y creativas incluyen bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidos por la propiedad intelectual. En efecto, una parte significativa de los beneficios económicos que generan las industrias culturales proviene de la protección de los derechos de propiedad intelectual o derechos de autor. De ahí que el concepto de industrias culturales y creativas aparezca fuertemente ligado al de industrias relacionadas con los derechos de autor.

■ Industrias relacionadas con el derecho de autor

El derecho de autor (*copyright*) se concibe como el «derecho de propiedad sobre una obra o creación literaria o artística». La ley otorga al titular de estos derechos exclusivos para autorizar a otros la utilización de dicha obra. Estos derechos se conocen a menudo con el nombre de derechos patrimoniales, ya que permiten a su titular obtener una retribución económica a cambio de la utilización de la obra por terceros. Como derechos patrimoniales que son, pueden ser transferidos y cedidos (vendidos). Los principales derechos patrimoniales en esta materia son los siguientes: derechos de reproducción, traducción, adaptación, representación, radiodifusión, comunicación al público y distribución.

Para Zofío, el derecho de autor es un concepto bien definido que abarca un conjunto de derechos económicos y morales (aspecto legal), un contrato social que intenta equilibrar los intereses individuales (creadores) y sociales (acceso), un mecanismo de financiación para recompensar a los creadores, una base de apoyo para grandes industrias y un activo económico. El derecho de autor resultaría, así, esencial en el funcionamiento (reglas del juego) y seguimiento (medición) de las industrias creativas. En su opinión, la evidencia existente confirma su papel esencial, pues mejora la comprensión del potencial que tiene el sector creativo y abre la puerta a iniciativas de políticas públicas.

Ahora bien, el núcleo de las industrias del derecho de autor engloba a aquellas industrias que crean obras con *copyright* como principal producto. Estas industrias incluyen la cinematográfica (televisión, cinematografía y video doméstico), la industria de la grabación musical (discos,

cintas o CD), la industria de edición de música, la industria editorial de libros y revistas, la industria del *software* de ordenador (incluidos el proceso de datos, las aplicaciones empresariales...) y del *software* de entretenimiento interactivo en todo tipo de plataformas, el teatro, la publicidad, y las industrias de difusión de radio y televisión (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI-, 2003).

De esta manera, las industrias relacionadas con el derecho de autor incluyen, como las industrias creativas, la publicidad como parte de la cultura y como sector que debe ser medido. Este tema es polémico por dos razones principales. La primera responde a la tensa relación que siempre ha existido entre publicidad y cultura, en la medida en que la primera promociona los bienes y servicios culturales y no culturales de empresas que pueden pagar por publicidad, en detrimento de los productores pequeños o alternativos, que no tienen recursos suficientes para invertir en publicidad, cuestión que redundaría en su escasa distribución y venta. La segunda razón alude a que la publicidad no parece ser un sector en sí mismo, sino más bien un insumo que contribuye a la venta de los bienes culturales. Siguiendo esta línea, se trataría de un consumo intermedio más que de un producto final cultural. El debate se mantiene activo y hay hechos que hacen pensar que se mantendrá al menos por un buen tiempo.

Las industrias relacionadas con el derecho de autor, de acuerdo con múltiples estudios, se pueden dividir en distintas categorías. Por ejemplo, en Estados Unidos y Japón se habla de industrias que dependen principalmente del derecho de autor, industrias que dependen parcialmente de ese derecho, industrias de distribución e industrias relacionadas con el derecho de autor; en los Países Bajos, en cambio, se habla de actividades directas, indirectas o de distribución y parciales; y en Alemania de primarias, secundarias y conexas. La OMPI (2003), tomando como base lo expresado por el grupo de expertos que se reunió en julio de 2002 en Helsinki, clasifica las industrias relacionadas con el derecho de autor en cuatro grupos principales: las industrias que dependen principalmente [del derecho de autor], las industrias interdependientes, las industrias con una dependencia parcial y las industrias de apoyo.

Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor serían aquellas que se dedican de forma íntegra a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radio-difusión, comunicación y exhibición, o a la distribución y venta de obras y de otro material protegido. Citamos como ejemplos las siguientes: prensa y publicaciones, música, producciones de teatro, óperas, películas cinematográficas y vídeos, radio y televisión, fotografía, programas informáticos y bases de datos, artes visuales y gráficas, servicios de publicidad, y sociedades de gestión colectiva del derecho de autor.

Respecto a las industrias interdependientes del derecho de autor, la organización reconoce que su definición a lo largo del tiempo no ha sido fácil, debido a los límites pocos claros y a los cambios frecuentes de una categoría a otra. Superando dichas dificultades, define las indus-

trías interdependientes del derecho de autor como industrias que se dedican a la producción y venta de equipos cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras u otro material protegido.

Las industrias interdependientes se pueden a su vez subdividir en industrias principalmente interdependientes e industrias parcialmente interdependientes. El primer grupo comprende la fabricación y la comercialización (venta y alquiler) al por mayor y al por menor de televisores, radios, magnetoscopios, reproductores de CD, reproductores de DVD, reproductores de casetes, equipos para juegos electrónicos y otros similares, computadoras y equipos e instrumentos musicales. Los productos de este grupo de industrias se consumen junto con los productos de las industrias que dependen principalmente del derecho de autor. En algunos estudios se las ha denominado «industrias vinculadas al derecho de autor» o «soporte físico del derecho de autor», etc. El segundo grupo son las industrias parcialmente interdependientes del derecho de autor, que abarcan la fabricación y la comercialización al por mayor y al por menor de instrumentos fotográficos y cinematográficos, fotocopiadoras, material de grabación virgen y papel. La finalidad primordial de estas industrias no es desempeñar funciones relacionadas con obras protegidas por el derecho de autor sino facilitar su utilización a través de dispositivos tecnológicos multifuncionales (bienes de consumo duraderos).

Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor se definen, por tanto, como industrias que tienen una parte de sus actividades relacionada con las obras u otro material protegido; dichas actividades pueden ser la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta. Estas industrias abarcan lo siguiente: vestimenta, textiles y calzado, joyas, monedas y otras artesanías, muebles, enseres domésticos, artículos de loza y vidrio, papel, tapiz y alfombras, juguetes y juegos, arquitectura, ingeniería y agrimensura, diseño de interiores y museos.

Por último, las industrias de apoyo son industrias en las que parte de sus actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras u otro material protegido. Además, las actividades de las industrias de apoyo no están incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor. Estas industrias comprenden las ventas en general –al por mayor y al por menor–, el transporte en general, y la telefonía e internet. Estas industrias están relacionadas, por lo general, con los servicios empresariales y los medios de entrega.

► La economía naranja

Recientemente se ha acuñado un nuevo concepto: *economía naranja*, propuesto por Felipe Buitrago e Iván Duque en una publicación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID): *La economía naranja, una oportunidad infinita* (2013). Partiendo del gran aporte que genera la cultura a la economía mundial (4,3 billones de dólares en 2011¹, de los cuales unos 646 000 millones corresponden a exportación de bienes y servicios culturales²) y de la multiplicidad de conceptos que se han elaborado para estudiar esta relación (industrias culturales, industrias creativas, industrias protegidas por el derecho de autor, industrias de contenido, etc.), Buitrago y Duque proponen la creación de un solo concepto que incluya todos los anteriores. De esta manera, la economía naranja se definiría como «el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual».

El universo naranja está compuesto por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad. Por industrias culturales convencionales se entienden aquellas actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos, artísticos y creativos que pueden ser reproducidos o difundidos masivamente, y que tradicionalmente se reconocen por tener una estrecha relación con la cultura (industria editorial, audiovisual y fonográfica).

Por tanto, las áreas de soporte para la creatividad incluirían:

- Investigación, desarrollo e innovación creativa y cultural: I + D + i naranja.
- Formación técnica especializada en actividades creativas.
- Gobernanza (institucionalidad) y derechos de propiedad intelectual.
- Educación profesional creativa.

Para los autores, la economía naranja es uno de los grandes beneficiarios del desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC); en esa línea, las oportunidades de la economía naranja se presentan como una tercera oleada de la revolución industrial: la revolución digital. En su opinión, Latinoamérica y el Caribe pueden emplear sus masivos recursos de talento creativo y de patrimonio cultural para generar una interesante ventaja comparativa, aprovechando su buen momento económico y su bono demográfico.

¹ Cálculo con datos del Banco Mundial para 2011 y John Howkins, *The Creative Economy*, Allen Lane, The Penguin Press, Londres, 2007.

² Cálculo con datos de Oxford Economics en *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas* (2013). Estudio comisionado por la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el British Council.

1.2. El comercio internacional de bienes y productos culturales

► Globalización, cultura y libre mercado

Si bien es posible identificar la cada vez más estrecha relación entre economía y cultura –o las consecuencias del desarrollo del capitalismo para las prácticas culturales– a mediados del siglo xx, a partir del desarrollo del concepto *industria cultural*, esta situación se agudiza en la década de 1980 debido a la expansión y los alcances de la globalización, porque la cultura no es impermeable a este fenómeno mundial, sino que, por el contrario, pasa a ser un elemento constitutivo. De ese modo, en un contexto de libre mercado globalizado, las prácticas culturales han devenido en una mercancía con la que se puede comerciar en condiciones más o menos similares a las de cualquier otro bien (no obstante, existen posturas que defienden el carácter excepcional de la cultura, como se verá más adelante).

Según George Yúdice (2008), uno de los conceptos que mejor ilustra el alcance y la rapidez de la globalización, agudizada por innovaciones tecnológicas y políticas de desregulación, es el de virus, según el cual los altos niveles de interdependencia que presentan los países en la actualidad hacen que cualquier eventualidad ocurrida en uno de ellos constituya una verdadera amenaza de contagio o riesgo inminente. Tal como señala el sociólogo polaco Zygmunt Bauman (2008), en este planeta todos dependemos unos de otros, nada de lo que se haga o se deje de hacer es ajeno al destino de los demás; por lo tanto, es preciso adquirir conciencia de la responsabilidad que le corresponde a cada uno respecto de lo que sucede en el resto del mundo. Para el sociólogo, un mundo global es un lugar en el que, por una vez, la aspiración de la responsabilidad moral y los intereses de la supervivencia coinciden y se funden. La globalización es, entre otras cosas (y quizá, más que ninguna otra), un desafío ético.

Entre las décadas de 1980 y 1990 se desarrollaron especialmente las primeras y principales transformaciones concernientes a lo que se entiende hoy como globalización. De estas las más destacadas son la liberalización comercial, el aumento del alcance global de las comunicaciones y el consumismo, y los nuevos tipos de flujos migratorios y laborales. Al tiempo, se llevaron a cabo transformaciones estructurales de tipo económico, tales como la reducción del sector público, la privatización de empresas y servicios sociales nacionales y el abandono de leyes laborales, entre otras (Yúdice, 2008).

Uno de los ámbitos en los cuales mejor se deja ver esta situación de interdependencia que ha significado la globalización es el comercio internacional. Efectivamente, la apertura de los mercados y los estrechos vínculos entre países que han generado los tratados de libre comercio configuran un escenario en donde las economías son altamente susceptibles a lo que ocurra en el resto de países. A ese respecto, uno de los cuestionamientos que surge ante tal contexto

es la contradicción entre la velocidad con que se expande una crisis y la lentitud con que se extiende su solución. Como señala el premio nobel de economía Joseph Stiglitz a propósito de la pasada crisis *subprime*, la globalización económica ha creado un mundo más interdependiente, en el que es más necesario actuar en conjunto y trabajar en colaboración, aunque aún no existan los medios necesarios para hacerlo (Stiglitz, 2010). La crisis [de las *subprime*] se expandió rápidamente desde Estados Unidos al resto del mundo, pero ha necesitado de una respuesta coordinada y de un plan de recuperación global, aun cuando cada país pensara en primer término en su propio bienestar.

No obstante este y otros aspectos que se le cuestionan a la globalización, es posible atribuirle la oportunidad de mejorar las condiciones de acceso a mercados que antes estaban más fragmentados o cerrados (Ceccon, 2008). Sin embargo, cabe señalar que no todos los países presentan las mismas condiciones para aprovechar dichas oportunidades, como lo demuestran las diferencias en la capacidad de las distintas economías nacionales para participar, en sus distintos niveles, en las redes internacionales de comercialización y producción (Ceccon, 2008). En ese sentido, ante las asimetrías que presenta el fenómeno de la globalización, y las consecuencias que dicha desigualdad conlleva para la población en general, apremia impulsar medidas y políticas desde los distintos Estados que permitan mejorar la situación de quienes han sufrido las consecuencias negativas e igualar las condiciones en las que se llevan a cabo los acuerdos y negociaciones internacionales. Tal como señala Bauman, la pregunta no es cómo revertir el curso del río de la historia, sino más bien cómo combatir la miseria humana que contamina sus aguas y cómo reconducir su curso para lograr una distribución más equitativa de los beneficios que arrastra (Bauman, 2008).

En este contexto, la globalización no se constituye únicamente como un fenómeno de expansión de tipo económico, sino que involucra también dimensiones tales como la política y la cultural. La primera, en tanto en cuanto el avance de la globalización se ha logrado por medio de políticas que lo han impulsado, y no únicamente por medio del mercado. Y la cultural, en la medida en que las consecuencias del libre comercio, es decir, de las entradas y salidas de productos culturales a los distintos países y los avances de la tecnología e internet, van modificando las formas de relacionarse las personas entre sí, y con ello los fundamentos normativos, ideológicos y de valores que sostienen a una sociedad o a una comunidad.

Al entender la dimensión cultural solo en términos de producción de bienes y servicios derivados de prácticas culturales de una población –es decir, desde la idea de industrias culturales y no desde las normas, valores o pautas de conducta que construyen una sociedad–, es posible señalar que su participación en el fenómeno de la globalización se debe especialmente a la apertura de los mercados internacionales, ya que esto ha permitido un mayor intercambio entre los países. A su vez, el avance de las tecnologías, y de internet en particular, ha logrado que

las expresiones culturales de los distintos países se compartan y den a conocer a todo el mundo a una velocidad sin precedentes.

De ese modo, los debates de la inserción e involucramiento de la cultura en estos espacios han girado en torno a una posible homogeneización cultural y al valor económico que ha adquirido tras su incorporación a los movimientos de comercialización internacional. En este capítulo se desarrollarán los problemas relacionados con este segundo punto.

► El comercio exterior y su relación con las industrias culturales. Los tratados internacionales

En la actualidad, los productos y servicios ligados a prácticas culturales propias de las comunidades y los países también son objeto de acuerdo en el mercado internacional en calidad de bienes de consumo. Si bien existen controversias, como se podrá ver más adelante, esta situación constituye una realidad innegable. Se rige por los mismos organismos internacionales y de acuerdo con las mismas condiciones (en términos legales) y acuerdos arancelarios que regulan el comercio exterior del resto de productos. Por ello, a continuación se presenta una breve revisión de estos organismos, con el fin de describir mejor la situación en la que se inserta la cultura.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es el único organismo internacional actualmente encargado de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Y, tal como figura en su sitio web, su función es velar por que el comercio se realice de la manera más previsible, fluida y libre posible. Surgió en el marco de las últimas negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, del inglés General Agreement on Tariffs and Trade), llevadas a cabo entre 1986 y 1994 y conocidas como Ronda de Uruguay.

Junto con la formación de la OMC y un nuevo GATT, la Ronda de Uruguay dio como resultado la creación del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, del inglés General Agreement on Trade in Services). Mientras que el GATT se ocupa de las importaciones y exportaciones de mercancías, el GATS tiene un alcance más amplio, porque se encarga no solo del comercio de servicios sino también de quién presta el servicio, en el caso de que el prestador sea un extranjero o esté controlado por un extranjero (Torrent, 2002).

Los principios en los que se basan los acuerdos comerciales son tres: nación más favorecida, trato nacional y reciprocidad. El principio de nación más favorecida es el artículo primero del GATT y obliga a los países a otorgar idéntico tratamiento –ni más favorable ni discriminatorio– a los productos y servicios de todos los miembros de la OMC (Unesco y CERLALC –Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe–, 2002). Por su parte, el

principio de trato nacional establece que los bienes importados y los productos de fabricación local deberán tener el mismo tratamiento. Esto también se aplica a los servicios, las marcas de comercio, el derecho de autor y las patentes extranjeras y nacionales; y es exclusivo cuando un producto, servicio o elemento de propiedad intelectual ha sido admitido en el mercado (Unesco y CERLALC, 2002). En cuanto al principio de reciprocidad, establece que en una negociación comercial los gobiernos deben buscar que las concesiones de las partes sean equilibradas (Rey, 2003).

En los acuerdos se negocian al menos ocho temas, a saber: 1. Acceso a mercados; 2. Comercio de servicios; 3. Inversión extranjera; 4. Propiedad intelectual; 5. Compras públicas; 6. Solución de controversias; 7. *Antidumping*, subvenciones y medidas compensatorias; y 8. Política de competencia.

Las mesas de negociación en las que generalmente se tratan aspectos culturales son cuatro: 1. Acceso a mercados; 2. Comercio de servicios; 3. Inversión extranjera; 4. Propiedad intelectual (Rey, 2003).

De estos cuatro puntos, la propiedad intelectual es quizás el área de acuerdo comercial que mayor impacto tiene sobre las industrias culturales (Rey, 2003). El tratado que la rige para su comercialización internacional es el Acuerdo sobre Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC o TRIPS, por sus siglas en inglés).

El ADPIC (1994) también fue adoptado en la Ronda de Uruguay y, tal como señala en su declaración, entre sus objetivos se encuentra reducir las distorsiones del comercio internacional y los obstáculos al mismo, y proteger de manera eficaz y adecuada los derechos de propiedad intelectual. Los principios por los que se guía este acuerdo son los de trato nacional y nación más favorecida. Incluye disposiciones para proteger al máximo los derechos de propiedad intelectual y asegurar su protección a través de disposiciones que reprimen la falsificación y la piratería (Unesco y CERLALC, 2002). A su vez, prevé el recurso a procedimientos de resolución de litigios de la OMC para solucionar conflictos relativos a la aplicación de este acuerdo (Unesco y CERLALC, 2002). Las áreas que protege el ADPIC son las siguientes: 1. Derechos de autor y derechos conexos; 2. Marcas de fábrica o de comercio; 3. Indicaciones geográficas; 4. Dibujos y modelos industriales; 5. Patentes; 6. Esquemas de trazado; 7. Información confidencial, y 8. Control de prácticas anticompetitivas en las licencias contractuales.

Junto con el ADPIC, se encuentra la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO, por sus siglas en inglés), si bien no tiene los mismos alcances legales que el Acuerdo. La OMPI es un organismo de las Naciones Unidas y fue creado en 1967. Se constituye como el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, y cooperación e información en materia de propiedad intelectual; su misión es llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional

de propiedad intelectual equilibrado y eficaz que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos. Los estándares de protección mínima de los derechos de propiedad intelectual del ADPIC, de hecho, se encuentran ligados al cumplimiento de las convenciones establecidas en la OMPI, además de en la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial y en la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas (Rey, 2003).

Como es sabido, los regímenes de la propiedad intelectual son los derechos legales que resultan de la actividad intelectual de áreas industriales, científicas, literarias y artísticas, y su objetivo es proteger a los creadores y otros productores de bienes y servicios intelectuales por medio de la concesión de un plazo limitado para controlar el uso que se hace de estas producciones (PNUD y UNCTAD, 2010). Incluye la propiedad industrial (patentes de invenciones, marcas, diseños industriales e indicaciones geográficas) y los derechos de autor (obras artísticas, literarias, cinematográficas, fonográficas, radiofónicas, televisivas y audiovisuales). Dentro de estos últimos se encuentran dos tipos de derechos: patrimoniales (que son los que permiten que el titular obtenga una retribución financiera por el uso de su obra por terceros) y morales (los que permiten que el autor pueda tomar determinadas medidas para preservar los vínculos personales que le atan a su obra) (OMPI, s/f).

En el caso del comercio internacional, los derechos morales cobran especial relevancia debido a que implican el derecho de clamar la autoría de una obra y oponerse a los cambios que podrían dañar la reputación del autor, junto con el derecho a mantener el control de las condiciones que rodean su difusión (PNUD y UNCTAD, 2010). Su inclusión en un tratado de libre comercio puede ser vista como un obstáculo para la comercialización de bienes y servicios culturales por el poder que guarda el autor sobre su obra y la capacidad de quien posee los derechos patrimoniales de interferir en la explotación económica (Rey, 2003). Sin embargo, no incluir este tipo de derechos puede resultar una protección inadecuada de los autores y su obra, al darle preferencia al beneficio económico de quien posee los derechos patrimoniales por encima del derecho del autor respecto de su creación (Rey, 2003).

En los acuerdos o tratados de integración regional, las industrias audiovisuales son los temas más controvertidos (Galperin, 1998). La radiodifusión, el cine, la televisión por cable y otros dominios de las industrias culturales son siempre objeto de anexos o acuerdos paralelos que excluyen, limitan o establecen reglas específicas para la integración y la cooperación regional en este sector (Galperin, 1998).

► Controversias y desigualdades en el comercio internacional

Más allá de lo que sucede con el sector cultural en particular, el comercio internacional ha sido debatido y revisado críticamente por intelectuales y economistas, sobre todo debido a las con-

secuencias que el desarrollo y la expansión del libre mercado han significado para los países en desarrollo, lo que ha puesto en tela de juicio sus fundamentos y sus supuestos beneficios.

Entre las tesis que más han cuestionado al libre mercado en los últimos tiempos, se encuentra que el régimen internacional del comercio no ha sido igual de libre ni ha mejorado el nivel de vida de todos los habitantes del planeta (Ceccon, 2008). Lo que se plantea es que el proceso de globalización económica se ha debatido en una contradictoria situación de liberalización y proteccionismo y ha aumentado la brecha de desigualdad entre los países del norte y del sur, en la que no todos han podido beneficiarse de dicho proceso (Ceccon, 2008).

Para Joseph Stiglitz (2006), el libre comercio no ha funcionado, en parte, porque los propios países no lo han intentado; es decir, los acuerdos comerciales no han sido verdaderamente libres ni justos. En rigor, han sido asimétricos, en la medida en que los países en desarrollo abren sus mercados a mercancías procedentes de países desarrollados sin un escenario de plena reciprocidad. Por otro lado, se han mantenido barreras comerciales no por sutiles menos eficaces. De ese modo, si todos los beneficios se concentran entre los que están arriba, señala el economista, la liberalización comercial conduce a países ricos con población pobre.

Otra de las desventajas que presentan los países en desarrollo en la participación del comercio internacional con países industrializados es que no siempre cuentan con la infraestructura necesaria que los haga competentes en el mercado de las exportaciones.

En el caso del comercio exterior cultural latinoamericano, el informe *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003* [Los flujos comerciales de un conjunto seleccionado de bienes y servicios culturales], publicado por el Instituto de Estadísticas de la Unesco en 2005, da cuenta de las grandes diferencias existentes entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo en materia de comercio internacional cultural. En dicho informe –en el que se analiza el comercio internacional de productos culturales tales como libros, CD, videojuegos y esculturas de 120 países–, se señala que América Latina y el Caribe solo produjeron el 3% del comercio total de bienes culturales en 2002, mientras que tres países –a saber, Reino Unido, Estados Unidos de América y China– produjeron el 40% de los bienes culturales comercializados en el mundo ese mismo año (Unesco-UIS, 2005).

En cuanto a exportaciones, y según datos más recientes, el informe realizado por la Organización de Estados Americanos (OEA) *The economic impact of the creative industries in the Americas* (2013) señala que los países de América representaron aproximadamente 87 000 millones de dólares en las exportaciones creativas mundiales en 2011, es decir, aproximadamente el 14% del total mundial (OEA, 2013).

► Debates sobre cultura y comercio exterior: libre mercado frente a excepción cultural europea

Tal como se ha visto, la relación entre cultura y economía, especialmente en lo que se refiere al comercio internacional de bienes culturales, ha significado desde sus inicios una tensión en la que se han debatido diversas posturas. Un ejemplo claro de esta situación es la oposición que se generó entre Estados Unidos y Europa; el primero abogaba por darles a los bienes y servicios culturales un tratamiento idéntico al del resto de productos que se comercializan en el mercado internacional; en cambio, Europa defendía el carácter exclusivo y simbólico que presentan los bienes culturales y, por lo tanto, reivindicaba un trato especial para ellos. Esto último es lo que se conoce como «excepción cultural europea».

Los orígenes de este problema se remontan al año 1993, en concreto, a las últimas negociaciones de la reunión conocida como Ronda de Uruguay, realizada en el marco del GATT y que posteriormente dio lugar a la Organización Mundial de Comercio. En dicha ocasión, la Unión Europea, liderada por Francia, se enfrentó a Estados Unidos con el objetivo de excluir los bienes culturales de los acuerdos de libre comercio. Las discusiones se referían a reservar el sector cultural, en general, y el audiovisual, en particular. En el caso de este último, las argumentaciones apelaban a los efectos imprevisibles de los cambios tecnológicos en el sector, que ameritaban una especial prudencia al aceptar obligaciones internacionales que en un futuro tuviesen que aplicarse a una realidad aún más imprevisible (Torrent, 2002).

Dentro de la Unión Europea se sostenían dos posturas: la excepción cultural y la especificidad cultural. La excepción cultural era defendida fundamentalmente por Francia, y se orientaba a una exclusión total de la cultura del ámbito de la aplicación del acuerdo GATS (Torrent, 2002). Su defensa no solo comprendía argumentos políticos, sino también apelaba al principio de que los bienes culturales poseen un valor intrínseco que es esencial mantener y proteger, no solo para beneficiar la producción y diversidad artística, sino también para defender la identidad nacional y la soberanía cultural (Arizpe y Alonso, 2001). En cuanto a la especificidad cultural, esta era respaldada oficialmente por la Unión Europea, representada por el comisario responsable de las negociaciones, el británico Leon Brittan. En este caso, la propuesta no consistía en dejar fuera del GATS la cultura y el audiovisual, pues esto podría implicar un escenario aún más adverso, en tanto que no habría reglas multilaterales que restringieran el sector; sus argumentos apuntaban, más bien, a incluir el sector cultural dentro de la aplicación del GATS, siempre que se le garantizase un trato específico que reconociese sus particularidades (Torrent, 2002).

No obstante estas discusiones, el acuerdo final no incluyó ninguna de las dos posturas. El problema se resolvió en dos partes: por un lado, la Unión Europea y los Estados miembros no se comprometieron a dar libre acceso a las empresas audiovisuales extranjeras, y se reservaron

el derecho a discriminar entre empresas extranjeras en relación con las afinidades lingüísticas y culturales (Torrent, 2002); y por otro, se incluyeron medidas relativas al sector en la lista de exenciones a la cláusula de la nación más favorecida (Torrent, 2002). Sin embargo, cabe destacar el carácter relativo de este último punto, pues el anexo del GATS establecía que estas exenciones eran temporales y que no debían exceder un plazo de diez años.

Si bien la denominada excepción cultural se aplica por medio de una cláusula especial a productos cinematográficos –lo que permite imponer cuotas de pantalla y exigir la exhibición de un mínimo de películas de producción nacional, así como el mantenimiento de una excepción general para aquellas medidas destinadas a proteger «tesoros nacionales de valor artístico, histórico o arqueológico» (Unesco y CERLALC, 2002)–, carece de valor jurídico y no se menciona explícitamente en ninguno de los acuerdos. Es decir, en términos legales no existe como tal, puesto que todas las disposiciones de liberalización del comercio de servicios del GATS se aplican a la cultura y al audiovisual como a cualquier otro sector (Torrent, 2002).

Esta controversia –y las preocupaciones que se generaron a partir de las negociaciones respecto del posible estado de vulnerabilidad en el que quedaría la cultura y todo lo que ella implica para los países– motivó que en 2001 la Unesco publicara la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, con el objetivo de crear un instrumento jurídico internacional que asegurara la preservación y la promoción de la diversidad cultural. Los doce artículos que componen dicho documento son:

- La diversidad cultural, patrimonio común de la humanidad.
- De la diversidad cultural al pluralismo cultural.
- La diversidad cultural, factor de desarrollo.
- Los derechos humanos, garantes de la diversidad cultural.
- Los derechos culturales, marco propicio para la diversidad cultural.
- Hacia una diversidad cultural accesible a todos.
- El patrimonio cultural, fuente de la creatividad.
- Los bienes y servicios culturales, mercancías distintas de las demás.
- Las políticas culturales, catalizadoras de la creatividad.
- El refuerzo de las capacidades de creación y de difusión a escala mundial.
- El establecimiento de relaciones de colaboración entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil.
- Funciones de la Unesco.

Como se observa, el punto octavo se refiere específicamente al carácter comercializable de los bienes culturales. En él se señala expresamente que se debe prestar particular atención a la

diversidad de la oferta creativa, al justo reconocimiento de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales, que –por ser portadores de identidad, de valores y sentido– no deben ser considerados mercancías o bienes de consumo como los demás (Unesco, 2001).

En la actualidad, se han llevado a cabo distintas manifestaciones para expresar la negativa de considerar la cultura como un producto de comercialización ordinario. Al respecto, en el año 2013, un conjunto de cineastas europeos, entre ellos Michael Haneke y Pedro Almodóvar, respaldaron el manifiesto *La excepción cultural no es negociable*, con el objetivo de instar al Parlamento Europeo a que reconozca la excepcionalidad de la cultura y esta sea considerada en los acuerdos y tratados de libre comercio³. Además, también en el mismo año, la ministra francesa de Comercio Exterior, Nicole Bricq, señaló que Francia se opondría a que los países de la Unión Europea diesen un permiso a la Comisión Europea para negociar en su nombre un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos, a menos que se excluyera la cultura⁴.

³ En: http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/comercio-internacional-extranjero/cineastas-europeos-apoyan-la-excepcion-cultural-del-tlc-con-eeuu_P7aL9HjPybuNKLOI0IxH95/

⁴ En: <http://www.eluniversal.com/internacional/130613/francia-reclama-excluir-la-cultura-de-los-acuerdos-comerciales-con-eeu>

Recuadro 1.1. Acuerdos y convenciones relativos a cultura promovidos por la Unesco

1950. Acuerdo de Florencia y Protocolo de Nairobi. La finalidad esencial del Acuerdo de Florencia (1950) fue facilitar la importación de objetos de carácter educativo, científico y cultural. Para ello, se propuso reducir los obstáculos relativos a aranceles, impuestos, divisas y prácticas comerciales que se oponen a la libre circulación de dichos objetos, de tal forma que las organizaciones y los particulares pudieran importarlos del extranjero con menos dificultad y a menor costo (Unesco, 1999). El Protocolo de Nairobi, que se llevó a cabo en 1976, ampliaba el alcance del Acuerdo de Florencia, tanto en lo que se refería a los beneficios que otorga como a los objetos que comprende (Unesco, 1999).

1952. Convención Universal sobre Derechos de Autor. La Convención Universal sobre Derechos de Autor, adoptada en 1952, entró en vigor en 1955. Se les exigía a los Estados contratantes tomar todas las disposiciones necesarias a fin de asegurar una protección suficiente y efectiva de los derechos de los autores, o de otros titulares de estos derechos, sobre las obras literarias, científicas y artísticas como escritos, obras musicales, dramáticas y cinematográficas, pintura, grabado y escultura.

1966. Declaración de los Principios de Cooperación Cultural Internacional. Aprobada en 1966, las finalidades que sustentaban la cooperación cultural internacional eran las siguientes:

1. Difundir los conocimientos, estimular las vocaciones y enriquecer las culturas.
2. Desarrollar las relaciones pacíficas y la amistad entre los pueblos.
3. Hacer que todos los hombres tengan acceso al saber, disfruten de las artes y de las letras de todos los pueblos, se beneficien de los progresos logrados por la ciencia en todas las regiones del mundo y de los frutos que de ellos derivan, y puedan contribuir, por su parte, al enriquecimiento de la vida cultural.
4. Mejorar en todas las regiones del mundo las condiciones de la vida espiritual del hombre y las de su existencia material (Unesco, 1966).

1970. «Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícita de bienes culturales». En esta convención, además de especificarse los tipos de objetos que eran considerados bienes culturales, se obligaba a los países a combatir la importación, exportación y transferencia de propiedades ilícitas de bienes culturales. Para ello, debían establecer en su territorio y en las condiciones apropiadas a cada país, uno o varios servicios de protección del patrimonio cultural dotados de personal competente y en número suficiente para garantizar de manera eficaz la protección de los bienes culturales (Unesco, 1970).

1972. Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. En la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural se especifica lo que se entendía por patrimonio cultural y natural, y se obligaba a los Estados que formaban parte de ella a identificar,

proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural y natural situado en su territorio. Junto con eso, se les exigía actuar con dicho objetivo por su propio esfuerzo y con los recursos de que dispusieran o, llegado el caso, mediante la asistencia y la cooperación internacionales de que se pudieran beneficiar, sobre todo en los aspectos financiero, artístico, científico y técnico (Unesco, 1972).

1980. Recomendación relativa a la condición del artista. Los principios rectores que componen las recomendaciones relativas a la condición del artista, dirigidas a los Estados miembros son:

1. Asegurar el acceso al arte a toda la población.
2. Fomentar actividades encaminadas a poner de relieve la contribución de los artistas al desarrollo cultural.
3. Proteger, defender y ayudar a los artistas y a su libertad de creación.
4. Asegurar a los artistas la libertad y el derecho de constituir las organizaciones sindicales y profesionales que prefieran.
5. Tomar todas las medidas encaminadas a definir una política de ayuda y apoyo material y moral a los artistas.
6. Procurar que los artistas gocen de la protección prevista en la materia por la legislación internacional y nacional relativa a los derechos humanos.
7. Crear las condiciones adecuadas para que los artistas puedan participar plenamente, a título individual o por medio de organizaciones sindicales y profesionales, en la vida de las comunidades en las que ejercen su arte.
8. Procurar que toda persona, sin distinción de raza, color, sexo, idioma, condición socioeconómica, linaje o de cualquier otra índole tenga la misma posibilidad de adquirir la formación necesaria para lograr su plena realización y el ejercicio de sus facultades artísticas, y para obtener un empleo y ejercer su profesión sin discriminación (Unesco, 1980).

1989. Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular. En esta recomendación se especifica qué se entiende por cultura tradicional y popular. También se establecen los deberes que asumen los Estados miembros en lo que respecta a la identificación, conservación, salvaguardia, difusión y protección de la cultura tradicional y popular, además de destacar la importancia de la cooperación internacional para llevar a cabo dichos compromisos.

2001. Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. En la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural se reafirma la necesidad de considerar la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que no solo abarca las artes y las letras, sino también los modos de vida, los estilos de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Asimismo se declara que el respeto a la diversidad de las culturas, la tolerancia, el diálogo y la cooperación son los mejores garantes de la paz y la seguridad internacionales. Comprende cuatro dimensiones (identidad, diversidad y pluralismo; diversidad cultural y derechos humanos; diversidad cultural y creatividad; di-

versidad cultural y solidaridad internacional) que se sostienen sobre los siguientes doce principios:

1. La diversidad cultural, patrimonio común de la humanidad.
2. De la diversidad cultural al pluralismo cultural.
3. La diversidad cultural, factor de desarrollo.
4. Los derechos humanos, garantes de la diversidad cultural.
5. Los derechos culturales, marco propicio para la diversidad cultural.
6. Hacia una diversidad cultural accesible a todos.
7. El patrimonio cultural, fuente de la creatividad.
8. Los bienes y servicios culturales, mercancías distintas de las demás.
9. Las políticas culturales, catalizadoras de la creatividad.
10. El refuerzo de las capacidades de creación y de difusión a escala mundial.
11. El establecimiento de relaciones de colaboración entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil.
12. Funciones de la Unesco.

2003. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. En esta convención se destaca la importancia que reviste el patrimonio cultural inmaterial como crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible. Ante los posibles fenómenos de intolerancia, riesgo de deterioro, desaparición o destrucción del patrimonio cultural inmaterial que pueden traer consigo los procesos de mundialización y transformación social, se aprueba este instrumento con los siguientes fines:

1. Salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial.
2. Respetar el patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos e individuos de que se trate.
3. Sensibilizar en el plano local e internacional sobre la importancia del patrimonio cultural inmaterial y su reconocimiento recíproco.
4. Fomentar la cooperación y la asistencia internacionales.

2005. Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Después de aprobar la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, en el año 2005 se aprueba un instrumento para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales. La presente convención tiene por objetivos:

1. Crear las condiciones para que las culturas puedan prosperar.
2. Fomentar el diálogo entre culturas a fin de garantizar intercambios culturales más amplios y equilibrados.
3. Fomentar la interculturalidad.
4. Promover el respeto de la diversidad de las expresiones culturales.

5. Reafirmar la importancia del vínculo existente entre cultura y desarrollo.
6. Reconocer la índole específica de las actividades y los bienes y servicios culturales en su calidad de portadores de identidad, valores y significado.
7. Reiterar el derecho soberano de los Estados a aplicar las políticas necesarias para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales.
8. Fortalecer la cooperación y solidaridad internacionales en un espíritu de colaboración.

Fuentes:

http://portal.unesco.org/culture/es/files/24430/11018965483guia_florenzia.pdf/guia_florenzia.pdf, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=15381&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13147&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13039&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13138&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>, http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

1.3. Cultura y nuevas tecnologías

El auge y la difusión de las nuevas tecnologías ha dado un nuevo impulso a las industrias culturales y creativas. La revolución tecnológica (computadoras, internet, satélites, fibra óptica, reducción del tamaño de los aparatos electrónicos, etc.) ha permitido una evolución cuantitativa de las técnicas y ha modificado los procesos de creación, producción y distribución de bienes culturales.

De acuerdo con Jorge Katz (2006), las industrias culturales y creativas están experimentando un complejo y acelerado proceso de «destrucción creativa» de naturaleza schumpeteriana en el que productos, actividades económicas y empresas desaparecen –o se transforman radicalmente– al transitar del mundo analógico al digital.

La producción, la distribución y el consumo de bienes y servicios digitales van ganando rápidamente terreno dentro de la actividad económica. La misma refleja el impacto de la «convergencia» entre las industrias de la comunicación, las de la información y las de la computación, proceso que lleva a que la producción, distribución y consumo de estos bienes y servicios ocurra «en red» y sobre plataformas digitales, operables en «tiempo real».

Según este autor, el fenómeno de convergencia entre bienes y servicios digitales está dando pie a profundas transformaciones del modelo de organización y comportamiento de estos sectores productivos.

El impulso de las nuevas tecnologías en los últimos años ha permitido que internet se haya convertido en uno de los lugares fundamentales del espacio público contemporáneo, donde se configuran nuevas identidades culturales y donde la participación, tanto de los ciudadanos como de los creadores y distribuidores, ha permitido desarrollar una pluralidad creativa que forma parte de un nuevo entorno cultural. El uso de estas nuevas tecnologías está creciendo de manera muy rápida en nuestra región, pero de forma desigual, lo que pone de manifiesto la existencia de la denominada brecha digital.

La región vive un punto de inflexión en el desarrollo de la economía digital, con progresos y rezagos que configuran una zona que avanza a dos velocidades tecnológicas muy diferentes. Por una parte, en varios países, luego de décadas de implementación de estrategias y políticas de apoyo a la difusión de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), se constata que estas tienen un impacto positivo en el crecimiento económico, la inversión tecnológica, la estructura productiva y el comportamiento de las empresas y los consumidores. Otro grupo todavía no alcanza los umbrales mínimos de acceso y uso por parte de sus ciudadanos y empresas; por ello, sus progresos son más lentos, un retraso hace que las nuevas tecnologías no tengan los impactos deseables en la inversión, el crecimiento y la productividad, con sus consiguientes repercusiones positivas en el empleo, los salarios y la igualdad (Comisión Económica para América Latina y el Caribe –CEPAL–, 2013).

De lo expresado se desprende que el tránsito de la era analógica a la digital en materia de cultura se está produciendo de modo diferenciado en la región y que son los países de mayor desarrollo económico y tecnológico los que están liderando estos cambios.

A continuación, se traza un panorama de lo que está ocurriendo en general en la industria musical, de radio y televisión y editorial en su adaptación al mundo digital, con especial atención a los cambios en nuestra región.

► **Música digital**

Las nuevas tecnologías han impactado con fuerza en la industria musical. El sector se ha visto afectado al disminuir drásticamente el consumo en formatos tradicionales (excepto el radiofónico). Los dispositivos de reproducción se han multiplicado y se entrecruzan con otros aparentemente no destinados a ese uso (aparatos de televisión, ordenadores, celulares). La música ha sufrido en mayor medida los estragos de las descargas ilegales, asunto que acentúa lo que ya venía sucediendo con los discos compactos (CD); a consecuencia de este hecho, ha cobrado nueva importancia la música en vivo, que hace unos años parecía cosa del pasado (OEI, 2011).

En España, por ejemplo, las cifras de venta de música han menguado desde 2001 en un 80 %, lo que hace que el sector tenga que buscar nuevas formas de ingresos, como alianzas con fabri-

cantes de móviles, con mayor o menor éxito, conciertos en directo, sinergias con otros sectores como el de los videojuegos o los contenidos transmedia (Fundación Ideas, 2012).

Y es que el sector de la música ha sido pionero en el tránsito al mundo digital. Un tránsito que no ha sido fácil para las industrias musicales, que tras años de esfuerzos no veían sus afanes recompensados. No obstante, esta situación ha comenzado a cambiar en los últimos años gracias a la venta de música en formatos digitales, lo que cada vez genera mayores ingresos.

En su edición 2014, el *Informe sobre la música digital* de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por sus siglas en inglés) muestra una industria que crece y se diversifica a través de modalidades novedosas. De acuerdo con esto, en la actualidad, las ventas digitales equivalen al 39 % de los ingresos totales de la industria a nivel mundial. El 27 % proviene de los servicios por suscripción y del *streaming* financiado por publicidad (cifra que en 2011 solo alcanzaba el 14 %).

El modelo de suscripción está consiguiendo que cada vez más consumidores paguen por la música que escuchan; de hecho, muchos están abandonando los servicios piratas para pasar a formar parte de un entorno legal que compensa a los artistas y a los titulares de derechos. En 2011, había ocho millones de abonados a los servicios por suscripción; hoy día la cifra asciende a los veintiocho millones. Ya no quedan dudas de que los servicios de *streaming* y por suscripción constituyen uno de los principales modelos de negocio para la industria musical. Los sistemas de escucha financiados por publicidad también están en auge en la mayoría de los mercados, lo que ha contribuido a ampliar los ingresos digitales en beneficio tanto de los sellos discográficos como de los artistas⁵ (IFPI, 2014).

Sin embargo, el modelo de descargas digitales sigue siendo una fuente de ingresos clave. Las descargas todavía representan una sustancial proporción de dos tercios de los ingresos digitales (67 %) y son el motor que impulsa el crecimiento digital en algunos mercados en desarrollo. A su vez, las ventas de música en soportes físicos siguen representando una importante proporción de los ingresos de la industria en muchos de los principales mercados.

Ahora bien, en la mayoría de los países, el uso de internet y de los dispositivos móviles para escuchar música está experimentando un auge extraordinario, con una creciente demanda de los teléfonos inteligentes, que tienen un potencial nunca visto para la industria de la música. La buena noticia es que hay disponible una amplia y variada oferta legal de música para satisfacer esa demanda. En América Latina, «los sellos discográficos están concediendo licencias novedosas, como los paquetes de prepago y las ofertas especiales de suscripción diaria, ideados para atraer a un público lo más amplio posible» (IFPI, 2014).

⁵ Los ingresos de los servicios de *streaming* financiados por publicidad, como YouTube y Vevo, tuvieron un incremento del 17,6 % en 2013.

Por otra parte, el mundo es testigo de la inauguración de algunos nuevos servicios con una proyección ambiciosa a nivel internacional, como es el caso de Beats e iTunes Radio. Estos servicios están diseñados a la medida de un consumidor que desea una experiencia «relajada», ya que se especializan en el descubrimiento de música nueva y crean listas de reproducción basadas en un artista o en un género específicos.

Tras la expansión de los servicios digitales a todos los rincones del mundo en los últimos tres años, los sellos discográficos están muy concentrados en aprovechar el vasto potencial de los mercados en desarrollo. Esos territorios cuentan con una amplia base de consumidores, pero poseen una escasa infraestructura minorista y niveles de piratería tradicionalmente altos. El crecimiento también se ve impulsado por una creciente extensión de los teléfonos inteligentes y la mayor inversión en sellos discográficos locales y en repertorio nacional (IFPI, 2014).

De acuerdo con el informe, además de los diez principales mercados del mundo, otros quince territorios tuvieron un crecimiento general en 2013. En América Latina destacaron los países de América Central, Argentina, Chile, Colombia, Paraguay y Venezuela. Algunos de ellos mostraron un incremento significativo de sus ingresos digitales, como es el caso de Argentina (+ 69%), Colombia (+ 85%), Perú (+ 149%) y Venezuela (+ 85%).

De esta manera, los mercados de América Latina están reafirmando su potencial en esta industria, tras haber registrado un importantísimo incremento del 124% (que contrasta con el promedio mundial del 28%) en los ingresos digitales de los últimos tres años. Según el informe, para ahondar en ese crecimiento y generar valor en el mercado masivo, se requieren algunos cambios de mentalidad, como una mayor colaboración con los operadores de telefonía móvil y con los proveedores de servicios de internet (ISP), así como la oferta de paquetes de música y también música por suscripción en prepago en los dispositivos, entre otras estrategias claves. En tal sentido, América Latina fue el escenario de una serie de alianzas nuevas y de otras que se ampliaron en 2013, al mismo tiempo que los ingresos por ventas digitales aumentaron un 28,1%. A pesar de los avances que se observan, la piratería continúa siendo un azote serio en toda la región.

A modo de conclusión, se puede decir que en la mayoría de los mercados principales los ingresos por las ventas de música grabada han recuperado su crecimiento; los servicios de *streaming* y por suscripción se abren camino a pasos agigantados, y la música digital está entrando en una etapa indiscutiblemente nueva, ya que los sellos discográficos comienzan a aprovechar el enorme potencial que suponen los mercados emergentes, como el latinoamericano, de gran crecimiento, tras haber firmado acuerdos comerciales con un gran número de servicios internacionales.

► Radio y televisión digitales

La implementación de programas de televisión o radio digitales, terrestres, por satélite o por internet, se encuentra en pleno proceso; mientras algunos países han decidido ya los sistemas técnicos que utilizarán, otros todavía no lo han hecho. Se trata de medios de consumo masivo que aumentarán la fragmentación de las audiencias, que van a requerir la producción de una gran cantidad de contenidos y que posibilitarán la reducción de las barreras de espacio o de tiempo, debido a que van a ser consumidos casi a toda hora y en cualquier lugar, es decir, de acuerdo con la decisión del consumidor.

Es probable que la producción de contenidos y formatos aumente su importancia:

Realizada en el pasado reciente por las mismas empresas televisoras, podría orientarse a productoras independientes que necesitan más del talento que de infraestructuras complejas y costosas. Es, ciertamente, tanto para los poderes públicos como para los emprendedores y creativos locales, una oportunidad que es preciso favorecer y estimular (OEI, 2011).

Respecto a la radio, en los últimos tiempos también se han conocido cambios en todo el proceso: producción, emisión, recepción e interacción entre emisor y receptor. La producción es uno de los espacios que más se ha modificado. Hoy muchas radios utilizan internet para la producción de sus programas y emiten bien contenidos propios, bien audios generados por otras organizaciones que descargan de distintas páginas web.

Esta forma de comunicación también se ha modificado o se ha complementado con otros dispositivos:

La aparición de teléfonos celulares que brindan muchas más funciones que la simple comunicación telefónica, y que tienen receptores FM, genera una mayor apreciación de esa banda. Al mismo tiempo, el carácter efímero de la radiodifusión se ha transformado por la posibilidad de difundir masivamente archivos de sonido, por ejemplo, en formato *podcast*, con posterioridad a su salida al aire en vivo (Asociación Mundial de Radios Comunitarias-América Latina y el Caribe -AMARC ALC-, 2011).

La interacción con las audiencias, anhelo histórico de la radio comunitaria, hoy es posible de manera fácil a través de internet. Tanto las emisoras como los programas de radio utilizan internet para comunicarse con sus oyentes a través del correo electrónico, las redes sociales, los blogs y las páginas webs. Entre las radios de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias localizadas en América Latina «se observa un aumento progresivo en la incorporación de internet y sus aplicaciones al proyecto comunicacional de las emisoras en la medida en la que

mejora la conectividad, se abaratan los costos del equipamiento y se multiplican saberes específicos» (AMARC ALC, 2011).

No obstante, la transformación más importante en este ámbito ha sido la multiplicación de radios que solo tienen existencia en la web, lo que ha favorecido el desarrollo de proyectos alternativos y emprendimientos locales que democratizan el espectro radial. Algunos estudios señalan un avance en la escucha *online* y un descenso en la escucha de radio en general.

► Edición digital

En los últimos quince años, la revolución digital ha modificado de raíz la forma en que los bienes culturales son producidos y distribuidos. Como se ha comentado, la música ha sido probablemente la primera industria afectada, pero el impacto alcanza hoy a todos los sectores, en particular al mundo del libro. En efecto, los *ebooks*, los audiolibros, la impresión bajo demanda, las tiendas virtuales y la expansión de los teléfonos celulares han transformado profundamente el modo de circulación de los textos.

Como se sabe, llevan la delantera naciones industrializadas que cuentan con servicios de internet sumamente eficientes y recursos humanos abundantes, lo que hace que sus empresas dispongan de un margen de acción considerable a la hora de ensayar con *hardware*, *software* y nuevos modelos de negocio de edición digital.

En España, donde la industria editorial constituye un importante motor económico, la irrupción de los llamados medios sociales y las migraciones de los lectores a internet han provocado un claro impacto en el descenso de la venta de ejemplares (especialmente de periódicos y revistas) y de la venta de publicidad. No obstante, el sector de las publicaciones digitales está registrando avances significativos con una facturación en 2010 cercana a los doscientos noventa millones de euros, un 31,8% más que el año 2009, aunque lejos todavía de ofrecer un retorno capaz de equilibrar los resultados.

Pese a que todavía estos contenidos en formato digital no son tan populares como en la música o los juegos, este mercado se está configurando como competidor de otros contenidos en el área digital. Los principales datos oficiales sobre lectura digital y sobre la actividad editorial en España ponen de manifiesto la apuesta cada vez más firme de lectores y editoriales por este formato. En el último año, la edición de libros en formato digital en España ha experimentado un importante crecimiento, ya que ha representado el 26,6% de la edición total, cuando en 2009 suponía un 15,9% y en el 2000 apenas un 3% (Fundación Ideas, 2012).

En América Latina, según Kulesz (2011), la situación es como sigue:

Pese a las debilidades en infraestructura y recursos humanos, se están implementando proyectos de edición digital originales e innovadores, plataformas locales que un día podrán competir contra las extranjeras. Iniciativas que se enmarcan en una región que ha experimentado un rápido crecimiento económico, engrosando los fondos de que disponen los Estados para invertir en infraestructura, capacitación, investigación y desarrollo (I+D).

Los primeros experimentos de edición digital se remontan a fines de la década de los noventa. En esa época vieron la luz decenas de bibliotecas digitales en toda la región. Simultáneamente, se inauguraron las primeras plataformas de venta de libros electrónicos. No obstante, esas plataformas no consiguieron convertirse en éxitos comerciales inmediatos por varias razones. Una de las primeras fue la falta de hábito de lectura en pantalla entre los consumidores latinoamericanos y las pocas opciones de pago *online*. Asimismo, la edición tradicional de principios de la década de los 2000 mostraba signos de gran dinamismo, por lo cual los editores veían con menos interés la opción digital. Por último, la imagen de tiendas de música que cerraban o de discográficas tradicionales que comenzaban a flaquear debido a la reproducción no autorizada de los CD y de archivos mp3 vía web llevó a la mayoría de editores a postergar cualquier experimento con formatos electrónicos.

Sin embargo, desde mediados de los 2000 hasta hoy han surgido actores, tendencias y herramientas digitales que han determinado un cambio profundo en el paisaje editorial. En primer lugar, se debe mencionar la expansión de la impresión bajo demanda (POD en inglés), en un contexto de caída en los tirajes promedios. En la actualidad, en la mayoría de las capitales latinoamericanas existen terminales de POD, de diferente importancia según las dimensiones de cada mercado.

Al mismo tiempo, numerosas librerías tradicionales han encontrado fórmulas exitosas para vender libros papel vía web, tal vez como consecuencia de la mayor propensión de los consumidores a comprar *online*. Brasil lidera estas estadísticas, pero es quizá la incorporación de libros electrónicos en los catálogos de estas tiendas lo que marca una diferencia respecto a años anteriores. Así, librerías como Saraiva y Cultura (Brasil), Paidós (Argentina), Gandhi (México), Sophos (Guatemala) y Librería de la U (Colombia), entre muchas otras, comercializan fondos de decenas de miles de *ebooks* en español, portugués e inglés a través de sus portales. También han surgido librerías digitales puras, es decir, tiendas que solo venden libros electrónicos. Es el caso de Gato Sabido (Brasil) y de la reciente Bibliits (México).

Resulta interesante observar que la mayor parte de los *ebooks* vendidos por tiendas latinoamericanas proceden de agregadores externos (aplicaciones que recopilan contenidos desde

múltiples fuentes en un solo espacio y que permiten fácil acceso a grandes colecciones de títulos de diversas editoriales a través de una única interfaz), en particular de España, Estados Unidos y Reino Unido. En los países de habla hispana, las principales librerías virtuales consiguen sus fondos gracias a Publidisa (España), que cuenta con más de veinte mil títulos en catálogo. Brasil cuenta, a su vez, con iniciativas locales de agregación como Xeriph y Distribuidora de Livros Digitais (DLD), de reciente creación.

Por otra parte, el ritmo acelerado de las novedades en el ámbito electrónico ha estimulado el crecimiento de editoriales digitales nativas, es decir, sellos pensados directamente desde la web. Así, se encuentran sellos de autoedición cuyas obras se distribuyen en formato papel (POD) o electrónico, como ocurre con Autores de Argentina y Liibook (Argentina) o Kindle-BookBr y Mito (Brasil), entre muchos otros.

Respecto a la utilización de aparatos tecnológicos para la lectura como Kindle e iPad, en su mayoría importados, cabe señalar que pese a sus bondades su uso no es masivo debido a su alto precio. Estos dispositivos «resultan por el momento tan onerosos que terminan pasando por productos de lujo, más pensados para entretenimiento de la clase acomodada (cuyos patrones de consumos son comparables a los de Estados Unidos o Europa) que para utilidad del gran público» (Kulesz, 2011).

En materia de teléfonos móviles, hasta el momento no han surgido en América Latina proyectos de edición de gran impacto. No obstante, algunas operadoras de celulares de la región han incursionado, de un modo u otro, en la distribución de ficción breve o de audiolibros, pero su difusión ha sido limitada. Con todo, existe una actividad interesante, aún informal, en portales webs de textos hiperbreves, pensados como SMS.

En cuanto a la producción académica, existe también una decidida tendencia a llevar a la web los contenidos desarrollados por las universidades e institutos de investigación locales. Estos repositorios apuntan a satisfacer las necesidades bibliográficas de una región que no siempre puede darse el lujo de pagar suscripciones de miles de dólares para acceder a textos especializados. Si las bibliotecas académicas virtuales permiten a los investigadores y estudiantes consultar diversos materiales, con Creative Commons o licencias similares, muchos han decidido ir más allá y crear repositorios gratuitos de obras que están incluso bajo protección de *copyright*, lo cual ha suscitado acalorados debates e incluso ha derivado en procesos legales.

En cualquier caso, es evidente que en América Latina existe una tensión entre el modelo tradicional de oferta (edición basada en el *copyright* tradicional y en la venta de copias impresas) y una ávida demanda de contenidos digitales. Esto puede ayudar a explicar la actitud de una buena parte de los editores y libreros latinoamericanos frente a la era digital. La piratería constituye probablemente la mayor inquietud: nadie quiere sufrir el mismo destino que las

discográficas. Sin embargo, la edición en papel muestra sus limitaciones y tarde o temprano los editores tendrán que experimentar con los nuevos formatos.

A modo de conclusión, se puede afirmar que, aunque ya existen actores que marcan un rumbo claro, los modelos de negocio de la edición electrónica latinoamericana todavía están por inventarse. Con nuevos sectores que año a año se incorporan al consumo electrónico, con una inversión en infraestructura que se acelera en varios países y con la efervescencia que caracteriza a su literatura *online*, la edición digital latinoamericana tendrá mucho que mostrar en los próximos años. Los sellos tradicionales, sin embargo, deberán realizar grandes esfuerzos para aprovechar las oportunidades de la nueva era (Kulesz, 2011).

Así pues, un mundo nuevo lleno de posibilidades, pero también de riesgos, parece estar al alcance de la mano. Las nuevas tecnologías ofrecen a los creadores la oportunidad para producir y distribuir sus obras entre un público más amplio y a un coste menor, y que exista así una oferta cultural más diversa. Estas posibilidades se convertirán en realidad si, entre otras cosas, se favorece entre los ciudadanos todo aquello que signifique innovación, emprendimiento, creatividad y espíritu de riesgo.

Es necesario, pues, crear una cultura emprendedora entre los ciudadanos, pero también entre los responsables de las instituciones financieras, ya que la falta de financiación es a veces el cuello de botella que dificulta la puesta en marcha de este tipo de proyectos. Junto a la capacidad de visión de nuevas oportunidades y de percepción del riesgo, es necesario impulsar también una capacitación profesional de este tipo de emprendedores. Por ello, debe pensarse en un marco regulador de las industrias tradicionales y en una posible ayuda, no para garantizar permanentemente su existencia como empresas subsidiadas, sino como forma de hacer asumible los costes de transición a la era digital (OEI, 2011).

Se trata, en este caso, de promover el concierto para crear entre todos una oferta legal atractiva, de apoyar financieramente la digitalización de los contenidos ya existentes y de valorar las ventajas de la interoperabilidad de los contenidos digitales, en lo referido tanto a los formatos como a las soluciones de gestión de derechos digitales.

Recuadro 1.2.**Derechos de autor en la era digital**

El nuevo escenario, marcado por la irrupción de las nuevas tecnologías, pese a que crea oportunidades inéditas para la creación y difusión de la cultura, al mismo tiempo instala la creatividad artística y los derechos de autor en una posición de mayor vulnerabilidad. Como consecuencia de ello, la piratería se ha convertido en un fenómeno de grandes proporciones, que afecta a algunas de las principales industrias culturales y creativas como la musical, editorial, cinematográfica, de *software* y videojuegos.

De acuerdo con la OEI (2011), las propuestas para frenar la piratería han sido muchas y muy variadas, y en todas han surgido enfrentamientos, en mayor o menor medida, entre las sociedades de gestión y las organizaciones de consumidores. Y es que en este conflicto subsisten dos posiciones, al parecer, irreconciliables: la del *copyleft* y la del *copyright*; la primera defiende el acceso abierto a la cultura y la segunda defiende la protección de la cultura y los derechos de autor.

A todo esto habría que sumar otro elemento. En un contexto en que el uso de las nuevas tecnologías se ha convertido en un medio fundamental para acceder a contenidos culturales, para integrarse a la era global, la población con recursos limitados (especialmente los más jóvenes) busca superar las barreras que se imponen a su acceso mediante vías no legales de menor costo económico, como la copia o la descarga ilegal de contenidos de internet.

Esta última perspectiva aparece tratada en las prácticas registradas en el estudio *Consumo cultural y desigualdad de clase, género y edad: un estudio comparado en Argentina, Chile y Uruguay*. De él se desprende, como indica Rossana Reguillo, que los jóvenes han encontrado, a través del comercio pirata en ropa, música o películas, la manera de inscribirse en este discurso global que condena a quienes están fuera de sus circuitos a la invisibilidad. En su opinión, «lo que la encuesta estaría revelando no es tanto un conjunto de comportamientos “transgresores” o incluso “delictivos”, sino una estrategia de los menos favorecidos por el sistema para “conectarse”, palabra que se convierte aceleradamente en sinónimo de sobrevivencia» (Gayo, dir., 2011).

Pero no todos los que acceden a contenidos culturales de forma ilegal lo hacen por limitaciones económicas. Muchos, sobre todo en un contexto como el latinoamericano, lo hacen por costumbre, pues en estos países el acceso a mercados piratas para la compra de ropa, carteras, relojes, perfumes, etc., es habitual y, por tanto, no tiene connotaciones negativas para el consumidor. En ese sentido, el problema de la piratería es complejo de enfrentar, pues responde a una cultura que no lo concibe como un problema, sino más bien como algo natural, ya que es baja la conciencia de los perjuicios que ocasiona no solo a las grandes industrias sino al mundo de la cultura en general, incluyendo a pequeños creadores y gestores culturales.

De esta forma, las legislaciones que trabajan sobre estos temas deberían considerar estos puntos conflictivos e intentar responder con leyes equilibradas, que consideren las demandas de la

sociedad, sin descuidar la protección de los derechos de autor, base que da sustento a las industrias culturales y creativas. De la estructuración de estas dimensiones en las futuras legislaciones dependerá la forma en que mañana compartamos los conocimientos, la información y la cultura.

Fuentes:

Modesto Gayo (dir.), *Consumo cultural y desigualdad de clase, género y edad: un estudio comparado en Argentina, Chile y Uruguay*, Fundación Carolina, Serie Avances de Investigación, 62, Madrid, 2011; OEI, *Un proyecto cultural para la década de los Bicentenarios. El desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana*, SEGIB, Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, OEI, 2011.

1.4. Cultura y desigualdades

Hablar de cultura es hablar también de desigualdad. Desigualdad en materia de producción y distribución de bienes culturales, pero también de consumo. Se observa, en efecto, una alta concentración en producción y distribución de bienes culturales a nivel mundial, de hecho, las industrias culturales de unos pocos países proveen la mayor parte de los bienes que se consumen. Las diferencias existen a nivel mundial, pero también a nivel regional, donde conviven países con pujantes industrias culturales y países con escasa producción cultural.

A esto se añaden desigualdades en materia de consumo cultural, determinadas por factores geográficos y socioeconómicos. Por un lado, el lugar donde uno vive; por otro, las grandes diferencias de nivel socioeconómico que se observan en la población, determinantes en el consumo cultural de las personas. En esta línea, cabe destacar la emergencia de una cultura digital que gracias a la expansión de las nuevas tecnologías contiene la promesa de democratizar el acceso a la cultura, reforzando de esta forma el ejercicio de los derechos culturales.

► Desigualdades en la producción y distribución de bienes culturales

En un contexto marcado por el desarrollo de las industrias culturales y la globalización, muchos de los bienes culturales solo pueden ser ofrecidos hoy por empresas con un volumen de producción importante como para abastecer el mercado nacional y exterior, lo que ha llevado al surgimiento de empresas transnacionales. Como consecuencia de estos procesos, la producción y distribución de bienes culturales se encuentra altamente concentrada en unos pocos países, en unas pocas empresas. Iberoamérica ocupa un lugar secundario en el panorama mundial, cuestión que tiene efectos económicos pero también culturales para nuestra región, en la medida en que su diversidad deja de ser visible frente al consumo masivo de bienes culturales estandarizados que llegan de fuera.

Tal como indica Getino (2001), la creciente competencia interna e internacional en el marco de la globalización económica ha empujado a las industrias culturales a desarrollar fuertes procesos de integración interempresarial de los que participan diversos medios e, incluso, actividades económicas ajenas al sector. El sector más perjudicado con estos procesos es el de las pequeñas y medianas empresas culturales. Dedicados los grandes conglomerados a desarrollar líneas de producción de éxito seguro sostenidas habitualmente en fuertes inversiones de publicidad y *marketing*, los emprendimientos de menor capacidad están obligados a trabajar en los espacios intersticiales que logran sobrevivir: nuevos y desconocidos creadores, experiencias artísticas innovadoras, públicos altamente selectivos, mercados territoriales limitados, etc., con los consiguientes riesgos que ello representa para cualquier tipo de inversión productiva.

A este tema ha dedicado gran parte de su vida Néstor García Canclini, quien ha estudiado minuciosamente el impacto de la globalización en la producción y el consumo cultural latinoamericanos. Para este autor, tres tendencias caracterizan la situación latinoamericana respecto a las industrias culturales y la globalización. En primer lugar, las industrias culturales han pasado a ser los actores predominantes en la comunicación y en la formación de la esfera pública. Una segunda tendencia, derivada de la anterior, es que la cultura ha pasado a tener un lugar prominente y estratégico en el desarrollo socioeconómico. La tercera característica de este proceso es que, en los mismos años en que las industrias culturales pasaron a ocupar un lugar central en el mundo, en los países latinoamericanos se fue perdiendo capacidad de producción endógena (García Canclini, 2000). Cuestión que se evidencia en la caída que ha experimentado la industria editorial y cinematográfica, sobre todo en países como Argentina y México que alcanzaron una gran producción el siglo pasado.

Para el autor, esta tercera realidad se debe en parte a la estructura oligopólica y al alto nivel de concentración de la producción industrial de cultura, que da al mundo anglosajón, y sobre todo a Estados Unidos, los mayores beneficios. Para él, esta asimetría también se acentúa por la reducción de las inversiones estatales en América Latina, la transnacionalización de la propiedad de los medios y la expansión de consumo en una franja muy estrecha de la población.

Reflejo del alto nivel de concentración de la producción cultural es que sean unas pocas empresas las que controlan la circulación en los mercados editoriales, fonográficos e informáticos y la fusión multimedia de estos bienes en las cadenas cinematográficas, de televisión, discos y videos, de programas computacionales e internet. Para García Canclini (2002), son empresas privadas que se desempeñan con relativa independencia de los Estados nacionales, incluso de aquellos países donde tienen sus sedes. Advierte, sin embargo, que su acción es más independiente de los Estados en los países de desarrollo bajo o mediano, en tanto en cuanto los países europeos tienen políticas públicas de protección de sus editoriales, su cinematografía y su televisión, y Estados Unidos subsidia de forma directa e indirecta a las empresas residentes en su territorio.

En materia de industria editorial, Europa ocupa el primer lugar, seguida de Estados Unidos. Iberoamérica se sitúa en una posición importante en la geografía de la edición, aunque es preciso señalar que existen disparidades importantes dentro de la región. La industria española es en estos momentos la de mayor desarrollo, seguida de la brasileña, la mexicana, la argentina y la colombiana.

Respecto de la industria cinematográfica, la mayor producción se encuentra concentrada en India y Estados Unidos, país que más exporta sus producciones. En ese contexto, la producción regional ocupa un lugar muy secundario. «A pesar de años de esfuerzos presupuestarios y de políticas públicas activas en la promoción y ayuda a la producción de cine nacional, se progresa muy lentamente» (OEI, 2011).

A ello se suma la dificultad que encuentran las películas de la región para ser exhibidas cuando es el capital estadounidense, y en menor medida canadiense y australiano, el que se apropia de la distribución en salas, la venta y alquiler de videos y de buena parte de la programación y la publicidad televisivas.

Para García Canclini (2007), la desigualdad en el acceso a la exhibición y el consumo de cine es un ejemplo de lo que ocurre con la monopolización y uniformización de los medios y las industrias culturales en Estados Unidos y en otros países donde las comunicaciones masivas ahogan a los grupos minoritarios. Para él, los capitales transnacionales someten la programación a la uniformidad de la oferta internacional más exitosa y quitan tiempo de pantalla a otras cinematografías. Indica que los estudios comparativos de la programación en las capitales latinoamericanas muestran que en los últimos cuarenta años aumentaron los espacios de exhibición, pero la oferta perdió diversidad.

A su juicio, las tendencias comerciales que empobrecen la diversidad dejan ver la necesidad de políticas interculturales transnacionales:

En décadas pasadas los debates se concentraban en políticas de representación y multiculturalidad dentro de cada país. Ahora, la conversión de mayorías demográficas en minorías culturales exige políticas regionales y mundiales que regulen los intercambios de las industrias comunicacionales a fin de garantizar oportunidades de producción, comunicación y recepción diversificada que la lógica de los mercados tiende a estrechar (García Canclini, 2007).

Algo similar ocurre respecto a la industria de medios, donde se observa una alta concentración. Mientras la audiencia se segmenta y diversifica, sostiene Jesús Martín-Barbero, las empresas de medios se entrelazan y concentran constituyendo en el ámbito de los medios de comunicación algunos de los oligopolios más grandes del mundo. De esta forma se va instalando la

tendencia a uniformar los contenidos y abaratar la calidad. Para él, este desencuentro entre la globalización diversificada de la oferta y la homogeneización mercantil de las audiencias es aplicable, ante todo, a las políticas de estandarización transnacional de los públicos que despliegan tanto los canales estadounidenses (CBS, CNN) como los latinoamericanos (Televisa, Grupo Cisneros).

Para García Canclini (2007), la convergencia en nuestras manos de radio y televisión, música, noticias e internet es la réplica de la fusión de empresas que hasta ahora producían por separado cada tipo de mensajes: «Time, dedicada a medios impresos, se unió al megaprodutor audiovisual Warner. Convertidos, así, en los mayores fabricantes de espectáculos y contenidos (Time-Warner), se aliaron en 2000 con los megaproveedores de Internet (AOL)».

Como en el caso de la industria cinematográfica, la industria televisiva se encuentra dominada por Estados Unidos, mientras que en América Latina se observa «una baja representación en las pantallas de las culturas nacionales o latinoamericanas y una enorme presencia de entretenimientos e información originados en Estados Unidos» (García Canclini, 2000). Pero este desnivel entre una producción propia débil y un consumo elevado no es igual en todas las sociedades. Deben distinguirse, como lo hace Rafael Roncagliolo (1996), los países exportadores e importadores. En realidad, solo dos, Brasil y México, están incorporados en la economía global de bienes culturales y son sede de gigantes del audiovisual: Red Globo y Televisa respectivamente.

En segundo término hay unos pocos países que son «incipientemente exportadores»: Argentina, Venezuela y, en menor medida, Colombia, Chile y Perú. Como afirma el mismo autor, estos países tienen una situación ambigua, pues por un lado están buscando mercados para su producción cultural y, por el otro, tienen que defenderse frente a la penetración, ya no solo de las empresas de fuera de la región, sino de las propias transnacionales latinoamericanas. En tercer lugar, se encuentran los países restantes, «netamente importadores», donde la casi totalidad de los mensajes proceden de Estados Unidos.

A esta última categoría corresponderían la mayor parte de los países centroamericanos. Tal como señala el Informe de Unesco *Industrias creativas: su potencial como factor de desarrollo económico y cohesión social en Centroamérica* (2008), esta parte de América Latina no cuenta con grandes industrias o actores en el ámbito audiovisual, editorial o discográfico, debido principalmente al tamaño de su economía, pero también a otros factores, como la descoordinación de las instituciones gubernamentales, la inexistencia de organismos especializados en industrias culturales, la falta de personal capacitado en las disciplinas «duras» de las industrias creativas (economía de la cultura, derechos de autor, negociación internacional y comercio, etc.) y el aislamiento entre los gestores culturales, que genera una proporcional desarticulación de

esfuerzos y una dificultad para desarrollar la capacidad creativa regional, lo cual termina favoreciendo la dependencia de actores foráneos.

No obstante, se constatan algunos hechos que parecen augurar un mejor futuro para la región en estas materias: en primer lugar, un acelerado desarrollo turístico en el istmo que ha permitido el auge de actividades culturales vinculadas a la artesanía, el patrimonio intangible y la música; por otra parte, un importante proceso de actualización de sus políticas públicas en materia de cultura desde el año 2000. Impulsado con diferentes estilos, procedimientos y alcances en cada país, Guatemala, Costa Rica, El Salvador, Honduras y, más recientemente, Nicaragua y Panamá cuentan ya con espacios y foros de discusión nacional, redefinición institucional de prioridades y proyectos encaminados a colocar la cultura en el centro de la agenda del desarrollo.

Al mismo tiempo, se observan importantes oportunidades como las siguientes: propuestas y experiencias relevantes locales y nacionales en los países de la región, tanto de carácter público como privado; la creación de redes nacionales y subregionales; una cooperación internacional sensible que comienza a incluir la cultura en su agenda como eje del desarrollo (el actual Acuerdo de Asociación con Europa, en el que los países han hecho de las industrias culturales un tema de cooperación prioritario); la búsqueda de recursos novedosos para la valoración del patrimonio y la creatividad, como marcas registrables, denominaciones de origen, desarrollo turístico, nuevas instancias de certificación de la Unesco (museos comunitarios, ciudades culturales, reconocimiento de excelencia para la artesanía) y la adopción de la cultura como eje de los proyectos urbanos, etc. (Unesco, 2008).

► Desigualdades en el consumo de bienes culturales

Tal como se anunció al comienzo de la presente sección, las desigualdades no solo afectan a la producción y distribución de bienes culturales sino también al consumo. En este sentido, se observan importantes desigualdades en materia de acceso a bienes culturales, que limitan el pleno ejercicio de nuestros derechos culturales. De acuerdo con el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: «Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten». Las principales limitaciones que se observan hoy para el pleno acceso a la cultura vienen dadas por factores geográficos y socioeconómicos.

En el contexto iberoamericano el acceso a ciertos lugares de interés cultural (bibliotecas, museos, teatros, exposiciones de artes plásticas, espectáculos de danza, espectáculos de música, etc.) se encuentra fuertemente determinado por el lugar en que uno vive, ya que son las ciudades (y sobre todo las grandes ciudades) las que tienen la mayor oferta de bienes y espectáculos

culturales, en detrimento de las ciudades pequeñas y los pueblos, que cuentan con una oferta reducida.

En efecto, hay factores que limitan el acceso a bienes culturales por parte de los ciudadanos como la distancia respecto de centros cívicos y culturales, la precariedad de la oferta pública local, la expansión inmobiliaria y la desaparición de espacios públicos gratuitos, incluso para la recreación (parques, áreas verdes, incluso terrenos baldíos) (Gayo, 2011).

En algunas ocasiones, las limitaciones geográficas se entrelazan con limitaciones socioeconómicas, aunque en la mayoría de los casos estos dos factores operan con independencia. Las limitaciones que crean las condiciones socioeconómicas respecto al acceso y disfrute de bienes y actividades culturales son tan poderosas que influyen con independencia de otros factores, como podría ser el geográfico pero también el etario.

Tal y como plantea la OEI (2011), hay suficientes evidencias para afirmar...

... que existen limitaciones no deseables al acceso generalizado de los ciudadanos a los bienes y servicios culturales a lo largo de toda su vida, desde que ingresan en el sistema educativo hasta la tercera edad. El crecimiento económico no llega a todos de la misma manera, y el cultural tampoco. Para algunos consumos culturales, como por ejemplo la televisión por cable, el cine o internet, la variable económica es un factor determinante que posibilita o cierra el acceso a dicho consumo.

Que la variable económica determine el acceso a ciertos bienes culturales no es una cuestión nueva. Desde tiempos inmemoriales, las prácticas culturales han estado ligadas al nivel socioeconómico, lo que ha permitido distinguir entre prácticas de «alta cultura», ejercidas por la elite, y prácticas de «baja cultura» (cultura popular), ejercidas por las masas. La industrialización de la cultura masificó el acceso a ciertos bienes culturales y favoreció su democratización; no obstante, las diferencias por nivel socioeconómico siguieron reproduciendo prácticas culturales diferenciadas.

La relación entre cultura y nivel socioeconómico ha sido estudiada extensamente por la línea sociológica que sigue el legado de Pierre Bourdieu. Este destacado sociólogo, a través de su libro *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* (1979), explicó cómo el consumo cultural de las personas está dado por su gusto, el cual está determinado, a su vez, por su capital cultural y *habitus* de clase. Las personas tienen un desigual capital cultural dependiendo de su clase social, cuestión que determina sus prácticas culturales. Es decir, más allá de las limitaciones económicas para acceder a ciertos bienes culturales, la clase social a la que pertenezca el individuo hace que tenga preferencias por cierto tipo de bienes culturales, y no por otros.

El capital cultural expresa conocimiento, gustos y disposiciones culturales especialmente asociados al ámbito artístico. Su incorporación corresponde a un proceso de largo plazo en la vida de los individuos que se transmite en la mayoría de los casos intergeneracionalmente. De acuerdo con Pierre Bourdieu (1989), el capital cultural puede observarse en diferentes estados: como capital incorporado vinculado a los *habitus* adquiridos a raíz de la educación, en el aprendizaje de idiomas o de arte, por ejemplo; como capital objetivado a través de las posesiones de bienes culturales en el ámbito doméstico, tales como obras de arte originales y reproducciones, instrumentos musicales o libros; o bajo la forma de capital institucionalizado que incluye los ritos de titulación educativa.

La educación aparece así como un factor primordial a la hora de analizar el capital cultural. De acuerdo con muchos estudios, el nivel educativo determina en gran medida los hábitos culturales de los ciudadanos, cuestión que se debe tener en cuenta a la hora de estudiar el consumo cultural en la región. Como explica la OEI (2011):

En un continente en el que existen todavía 34 millones de analfabetos y donde la media de años de escolarización oscila entre los 11,4 años para el quintil más rico y 3,1 años para el más pobre, es difícil que los ciudadanos desarrollen, por ejemplo, un hábito lector o el gusto por el consumo de determinados bienes culturales.

Un estudio llevado a cabo por la Fundación Carolina en 2011, titulado *Consumo cultural y desigualdad de clase, género y edad: un estudio comparado en Argentina, Chile y Uruguay*, nos muestra interesantes conclusiones respecto al capital cultural, muy ligadas a lo expresado por Bourdieu. Según este estudio, el capital cultural actúa de forma diferente según el tipo de capital, y el nivel socioeconómico y etario de los agentes. Entre otras, se destaca una capacidad diferente de invertir tiempo por periodos prolongados para lograr las disposiciones y «apropiarse» de los recursos culturales. Por tal razón, los sectores populares tienden a concentrar su capital cultural en el estado incorporado (educación) mientras que los de mayor nivel socioeconómico suelen concentrar los tres tipos de capital cultural –incorporado, objetivado e institucionalizado– para optimizar sus factores de distinción social.

A su vez, el estudio indica que las prácticas artísticas revelan una importante diferenciación entre sectores socioeconómicos (Gayo, 2011):

Los sectores populares optan por el aprendizaje de danzas exóticas y baile en general mientras los sectores de mayor nivel socioeconómico reproducen prácticas tradicionales más ligadas a las bellas artes como el *ballet* y mantienen una alta dedicación –durante años– al aprendizaje de instrumentos musicales. En consecuencia, la asociación entre sectores de alto nivel socioeconómico y la música clásica y las bellas artes –como la danza clásica y las artes plásticas– es intensa, aunque obviamente no privativa de las clases altas.

De esta forma se observa, como antaño, que el goce de ciertas prácticas culturales ligadas a las bellas artes sigue mostrando una marca de clase. Pero ¿qué ocurre con otro tipo de prácticas culturales? ¿Qué ocurre con aquellas prácticas ligadas a las industrias culturales de hoy? Muchas publicaciones destacan las bondades de la globalización para favorecer la difusión y el acceso de contenidos culturales provenientes de todo el mundo.

Como señala García Canclini (2002), la interrelación mundial que se da hoy en día favorece el conocimiento recíproco entre culturas antes desconectadas y un acceso más diversificado de sectores amplios a los bienes y mensajes modernos; no obstante, advierte de que la interculturalidad y su diversificación de ofertas siguen estando desigualmente repartidas.

Las masas encuentran limitada su incorporación a la cultura globalizada porque solo pueden relacionarse con la información y los entretenimientos que circulan en la radio y la televisión gratuitas. Únicamente las clases altas y medias, y pequeños sectores populares, acceden a la televisión por cable y otros circuitos.

La expansión de las tecnologías digitales vendría, en este sentido, a favorecer un acceso más democrático a ciertos bienes y prácticas culturales, cuestión que para muchos augura un ejercicio más pleno de nuestros derechos culturales. Para Castells (2009), una de las ventajas que nos permite el acceso a las TIC y las redes sociales es que los medios para difundir el arte y la cultura presentan menos barreras de entrada, por lo tanto, la producción cultural tiene una vitrina que se configura de manera distinta:

Estas redes horizontales posibilitan la aparición de lo que yo llamo «autocomunicación de masas», que incrementa de modo significativo la autonomía de los sujetos comunicantes respecto a las empresas de comunicación en la medida en que los usuarios se convierten en emisores y receptores de mensajes.

En efecto, la digitalización de las comunicaciones hace posible, técnica y socialmente, ampliar los canales, abaratar los costos y reducir la desigualdad en el acceso. No obstante, advierte nuevamente García Canclini (2007), el modo concentrado en que se está realizando el paso de lo analógico a lo digital anuncia más concentración e inequidad en la circulación de los bienes culturales. Para este autor, si bien la extensión de la informática en la educación primaria y secundaria va ampliando las aptitudes para relacionarse con las últimas tecnologías de la comunicación, la posesión y el acceso de estos medios es todavía muy desigual.

En esa línea, diversos estudios indican que, si bien el uso de nuevas tecnologías (computadores, internet, celular, reproductores de música mp3, videojuegos) está incorporado en los hábitos de la mayor parte de los jóvenes, la posesión de esos recursos es mayor, por supuesto, en los niveles económicos altos y medios.

Según el estudio de Fundación Carolina, los medios audiovisuales y tecnológicos interactúan con la cultura letrada y tradicional aportando nuevos recursos de aprendizaje y reproducción de gustos culturales.

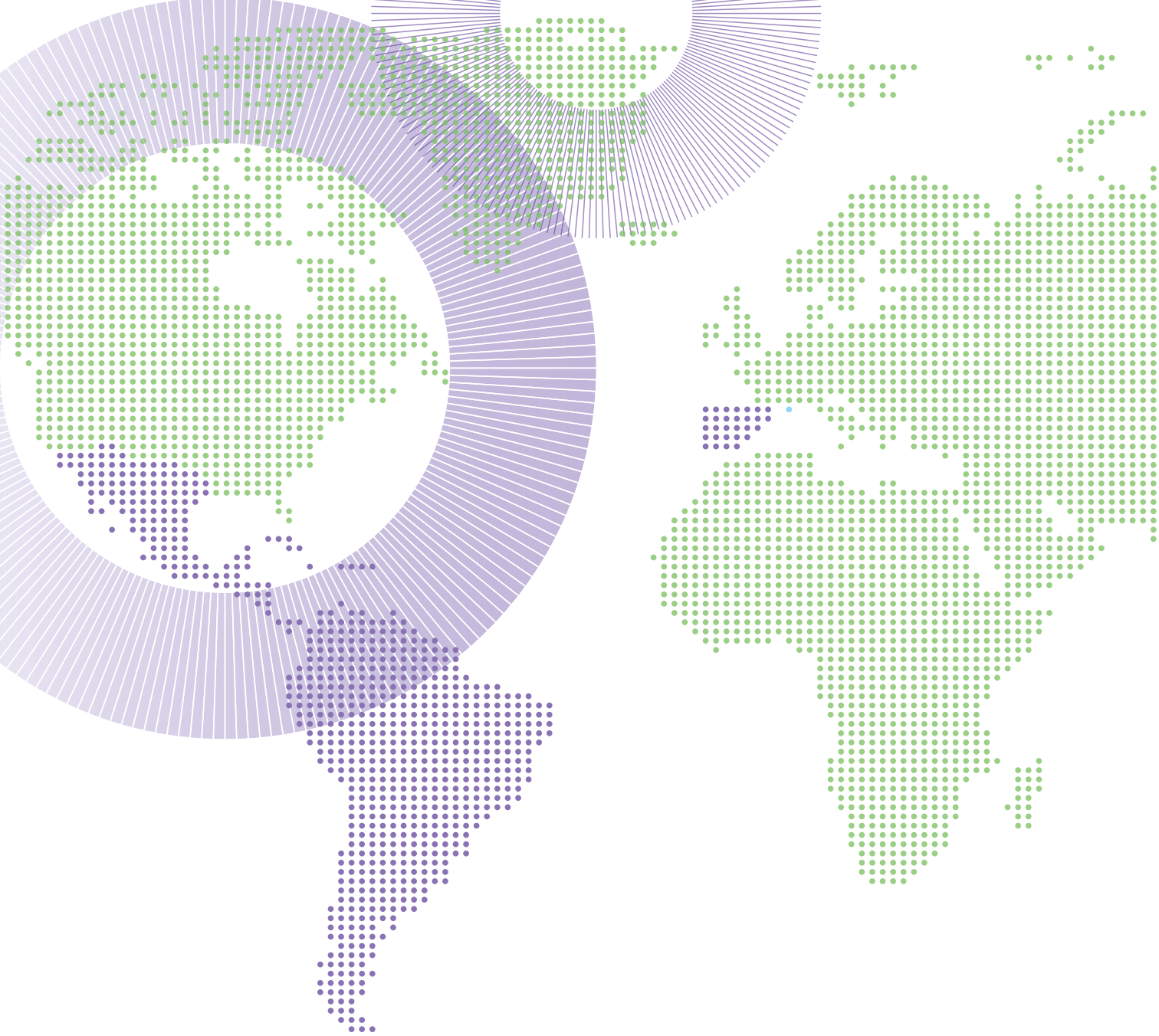
El acceso, uso y valoración de lo audiovisual y tecnológico se constituye como un capital en sí mismo y se configura como un nuevo dispositivo cultural: «capital tecnocultural» o «capital audiovisual tecnológico», profundamente diferenciado por nivel socioeconómico y tramo etario (Gayo, 2011).

En esa línea, más allá del acceso a internet y a las nuevas tecnologías, hay que fijarse también en la apropiación que hacen de esta los distintos grupos sociales. Como indica Silva (2011), «el acceso a Internet no implica de modo unívoco saber hacer uso de las potencialidades que nos ofrece». Según los datos que maneja para Chile, los niveles de apropiación de las TIC presentan curvas equivalentes al acceso a eventos culturales por grupos económicos, es decir, cuanto más alto sea el nivel pobreza, más bajo será el nivel de apropiación de las TIC.

De esta forma, se debe decir, como García Canclini, que la fascinación con la globalización de las comunicaciones no puede hacernos descuidar que hay viejas asimetrías y desigualdades que persisten y que se están generando otras nuevas, entre ciberricos y ciberpobres, entre informados y entretenidos. Atentos a estas cuestiones, es importante que se siga promoviendo la expansión de las nuevas tecnologías, pues en la medida en que llegan a un público cada vez más grande, se democratiza, sin lugar a dudas, el acceso a la cultura, lo que permite un ejercicio más pleno de los derechos culturales en el conjunto de la población.

Tal y como afirma Silva (2011), las tecnologías de la información y las comunicaciones tienen como principal virtud:

Hacer visible aquello que es invisible, dar voz a quienes no tienen voz y que, a pesar de las desigualdades que se describen respecto a su uso, son una herramienta que ofrece múltiples posibilidades de transformarse en un artefacto al servicio de las políticas culturales. Pues en la medida en que estas sean visualizadas como un dispositivo al servicio de la democracia, la dimensión que adquieren los mecanismos para incorporarlas dentro del diseño y gestión de las políticas públicas se vuelven cada día, sin lugar a dudas, más estratégicos.



LA MEDICIÓN DE LA ACTIVIDAD CULTURAL

2.1. Objetivos de la medición y aproximaciones metodológicas

Las diferentes dimensiones y concepciones de la cultura han influido mucho en la forma en que se ha estructurado la organización de las políticas culturales en nuestros países. En este contexto, el debate sobre los sistemas de información cultural también es reflejo de muchas visiones. Por un lado, algunas opiniones no consideran imprescindible disponer de datos sobre la vida cultural, ya que la cultura sigue su camino de forma espontánea de acuerdo con la tradición. Por otro lado, existen reiteradas demandas por parte de sectores más desarrollados que consideran imposible una política cultural cuando no se cuenta con una información amplia y de calidad para la toma acreditada de decisiones.

La realidad contemporánea y los cambios en el papel que la cultura desempeña en la sociedad de la información, habida cuenta de los nuevos componentes tecnológicos, han dado a la cultura una nueva dimensión estratégica que obliga a un cambio de mentalidad. La necesidad emergente de generar datos e información responde a la adición de nuevos objetivos a la cultura y a su función en la sociedad actual. Dichos objetivos se pueden resumir en los siguientes (OEI y CEPAL, 2012):

- Conocer la realidad de la vida cultural, en todas sus dimensiones y actores, es imprescindible para tomar decisiones y definir perspectivas de futuro. De la misma forma, permite incorporar información a la memoria histórica y colectiva que esté disponible para futuras generaciones –más allá de la transmisión en grupos sociales determinados– como elemento de sustentabilidad.
- Tener datos disponibles obliga a ordenar, organizar y sistematizar la vida cultural de un país por encima de los debates disciplinares y teóricos sobre el alcance de la cultura, así como a establecer su acción con mayor rigor técnico y pragmatismo.
- Las políticas culturales, como toda acción del Estado, tienen la obligación de presentar resultados y evaluaciones sobre sus impactos en la sociedad. En este sentido la disponibilidad de información, datos, estudios, etc., permite avanzar hacia la normalidad en su función social.
- A pesar de la especificidad de las políticas culturales, es necesario superar la indefinición

en la presentación de resultados; para ello, hay que conocer y valorar las aportaciones tangibles e intangibles de la cultura a la sociedad en general.

- Appreciar la relación de dependencia entre la cultura y los otros sectores sociales permite identificar el valor agregado, directo e indirecto, que la cultura aporta a la sociedad.

Si el objetivo perseguido es formular políticas basadas en evidencias y medir y evaluar sus posibles impactos, se debe contar con información fiable. No obstante, realizar estudios, construir indicadores, elaborar marcos conceptuales y diseñar plataformas y sistemas de información sobre la cultura es sin duda una tarea de grandes dificultades y desafíos en lo conceptual, en lo metodológico y en lo operativo.

Una de las líneas de acción en el campo de la información y conocimiento cultural es la aproximación a sus réditos económicos. Más allá de las limitaciones de la ciencia económica para abordar temas culturales, las herramientas de análisis y medición económica pueden ser un instrumento importante para comprender esta dimensión e identificar su relación con los otros ámbitos no característicos de la cultura. Como en cualquier sector económico, en el desarrollo de actividades y expresiones culturales se da una combinación de trabajo y capital y se producen bienes y servicios. Se generan flujos propios de la economía como el valor agregado, se producen y acumulan activos tangibles e intangibles y se realizan actividades de mercado y de no mercado en las que se dan procesos de toma de decisión frente a la asignación de recursos. Por lo tanto, las herramientas conceptuales de la ciencia económica y las técnicas de medición económica pueden aplicarse y pueden ser útiles para su comprensión (Convenio Andrés Bello -CAB-, 2009).

Para Gabriela Montalvo (2011), la generación, sistematización y análisis de la información cultural es fundamental para demostrar técnicamente, pero sobre todo como una herramienta de posicionamiento político, que este sector existe y que su producción es «real» en términos económicos, para que deje de ser considerada un sector subsidiario.

Pero no solo se requiere contar con información cultural en términos monetarios. Indicadores no económicos vinculados, por ejemplo, al número de personas empleadas en cultura y a las características de dichos empleos, a la cantidad de obras y productos ofertados y a los asistentes a lugares de interés cultural (por género, grupo etario, localización, nivel socioeconómico, etc.) pueden aportar información muy valiosa para entender la magnitud de la actividad cultural en nuestras sociedades, su peso en el empleo y en el consumo de los hogares.

A nivel internacional, los estudios orientados al ámbito cultural se vienen realizando desde hace ya varias décadas. América Latina no se ha quedado atrás y hoy presenta importantes experiencias de mapeos culturales, desarrollo de indicadores culturales cuantitativos y cualitativos y, aunque en menor medida, elaboración de cuentas satélites.

El mapeo es un método que se ha venido desarrollando para ayudar a países, regiones o ciudades a empezar a pensar en el valor de las industrias creativas. Impuesto en Gran Bretaña a finales de la década de los noventa por pioneros, el mapeo se extiende mucho más allá de la producción de mapas reales. Es una forma rápida de definir una tarea que abarca toda una serie de métodos analíticos para recolectar y presentar información a propósito de la variedad y del alcance de las industrias creativas. La intención principal del mapeo es la de poner en perspectiva el valor económico de las industrias creativas, particularmente en lugares donde no se sabe casi nada de ellas (BOP Consulting, 2010).

Tales ejercicios de medición (mapeos, desarrollo de indicadores, cuentas satélites, etc.) han sido producto de iniciativas tanto nacionales como locales, tanto oficiales como académicas; aunque son relativamente recientes, algunas son consideradas referentes a nivel internacional y han contado con el auspicio y la asistencia técnica de diversos organismos como Unesco, OEI, OEA, OMPI, Convenio Andrés Bello, Mercosur o BID, entre otras. Lamentablemente, los distintos elementos considerados en el momento de emprender la medición han dado lugar a diversos marcos conceptuales y metodológicos, lo que dificulta comparar experiencias y países.

No obstante, el Marco de Estadísticas Culturales (MEC), proporcionado por la Unesco primero en 1986 y después en 2009, sigue actuando como marco de referencia a nivel internacional.

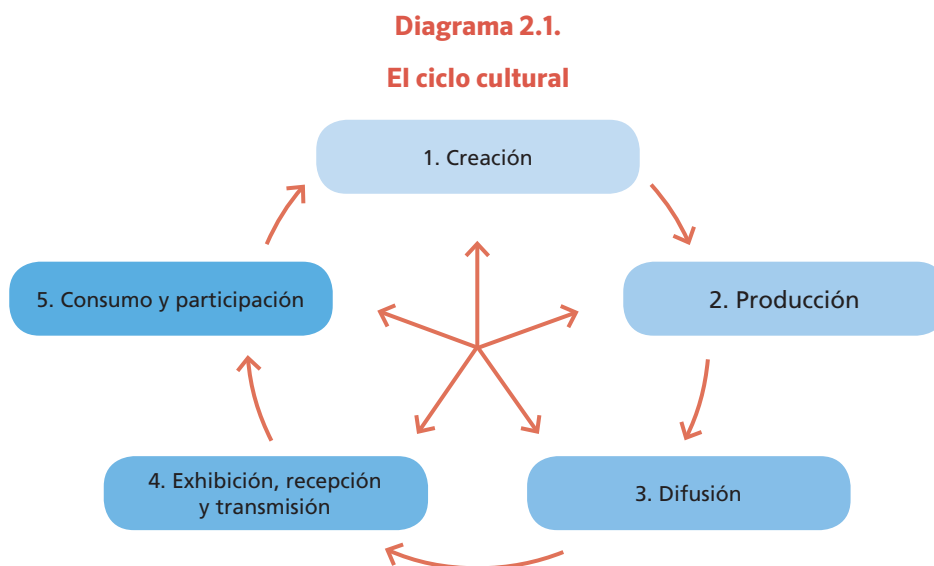
La Unesco consideró necesario actualizar el Marco de Estadísticas Culturales de 1986 «por estar este basado en un concepto formal y estático de la cultura que no refleja el actual enfoque inclusivo ni las prioridades de los países en desarrollo». El nuevo enfoque incorpora una serie de conceptos que han emergido en el campo de la cultura desde entonces, entre los que se incluyen las nuevas tecnologías y el patrimonio inmaterial. Además, busca proporcionar una metodología y una base conceptual que permitan la producción y difusión de estadísticas culturales internacionalmente comparables.

La Unesco define cultura como «el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social». Englobaría, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Unesco, 2001). A partir de esta concepción, el Marco de Estadísticas Culturales elabora una definición más pragmática de cultura, vinculándola a la identificación y medición de los comportamientos y las prácticas, producto de las creencias y valores de una sociedad o grupo social.

La definición de cultura con propósitos estadísticos contenida en el MEC considera los siguientes conceptos: ciclo cultural, dominio cultural y dominio relacionado.

El ciclo cultural ilustra la totalidad de las prácticas, actividades y recursos necesarios para transformar las ideas en bienes y servicios culturales, para que estas, a su vez, puedan ser transferidas a consumidores, participantes o usuarios. En términos de este enfoque, la cultura es el producto de un conjunto de procesos afines. Dichos procesos pueden estar institucionalizados o no y pueden estar regulados por el Estado o no. El ciclo cultural incluye cinco etapas que se presentan en un modelo cíclico (véase el Diagrama 2.1) (Unesco, 2009):

1. Creación. Entendida como el punto de origen de ideas y contenidos, así como de la manufactura de productos originales, como artesanías y obras de arte.
2. Producción. Vinculada a las formas culturales reproducibles y a las herramientas, infraestructuras y procesos utilizados en su fabricación.
3. Difusión. Etapa que pone al alcance de los consumidores y exhibidores productos culturales de reproducción masiva.
4. Exhibición, recepción y transmisión. Se refiere al lugar donde ocurre el consumo y a la provisión de experiencias culturales en vivo, gratis o previo pago. Incluye la transmisión del patrimonio cultural inmaterial de generación en generación.
5. Consumo y participación. Considera las actividades de las audiencias asociadas con el consumo o participación en actividades y experiencias culturales.



Fuente: Marco de Estadísticas Culturales (MEC) (Unesco, 2009).

De acuerdo con el MEC, la definición inicial de dominio cultural considera una serie de industrias (conocidas comúnmente como industrias culturales) dado que estas aparecen formal-

mente definidas en clasificaciones internacionales actualmente en uso. Los dominios culturales incluyen las actividades, los bienes y servicios presentes en todas las etapas del modelo de ciclo cultural. Los dominios relacionados, por el contrario, están asociados a una definición más amplia de la cultura e incluyen actividades sociales y recreativas. Estos dominios son mutuamente excluyentes de modo que, por ejemplo, a la música le corresponde una sola categoría. Los dominios culturales considerados en el MEC son los siguientes (Unesco, 2009):

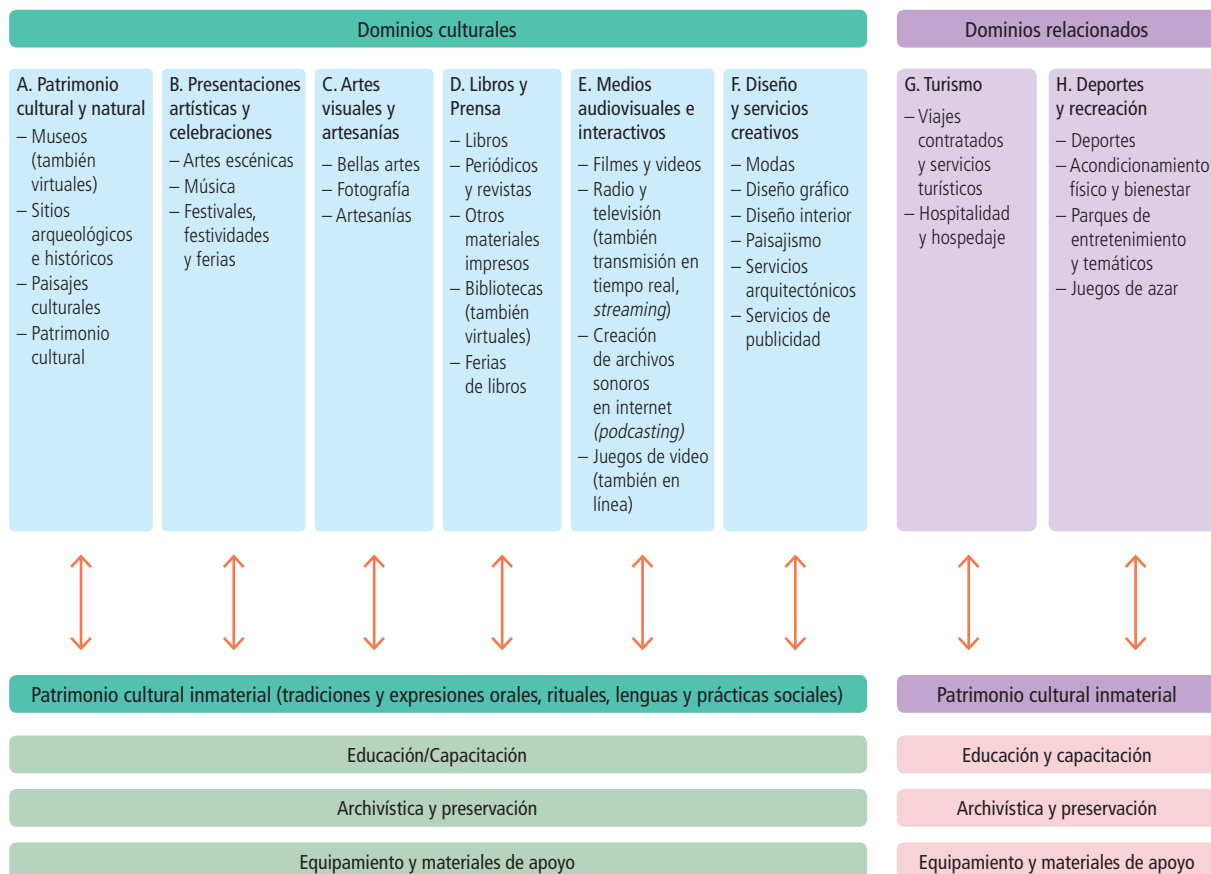
1. Patrimonio cultural y natural. Incluye museos, sitios arqueológicos históricos, paisajes culturales y patrimonio natural.
2. Presentaciones artísticas y celebraciones. Considera artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.
3. Artes visuales y artesanías. Incluye bellas artes, fotografía y artesanías.
4. Libros y prensa. Abarca libros, periódicos y revistas, otros materiales impresos, bibliotecas y ferias de libros.
5. Medios audiovisuales e interactivos. Considera filmes y videos, radio y televisión, creación de archivos sonoros en internet y videojuegos.
6. Diseño y servicios creativos, tales como moda, diseño gráfico, diseño de interiores, paisajismo, servicios arquitectónicos y servicios de publicidad.
7. Patrimonio cultural inmaterial. Considerado un dominio transversal, puesto que se aplica tanto a los dominios culturales como a los relacionados con la cultura, abarca tradiciones y expresiones orales, rituales, lenguas y prácticas sociales (Unesco, 2009).

A esto se añaden otros tres dominios transversales, dado su papel esencial en el ciclo cultural respecto de la producción y transmisión de la cultura: Educación y capacitación; Archivística y preservación; y Equipamiento y materiales de apoyo (véase el Diagrama 2.2).

En último lugar, los dominios relacionados que cita el MEC son los siguientes: Turismo y Deportes y recreación. El primero debe entenderse como una actividad impulsada por la demanda y definida por el consumidor. Como tal se encuentra estrechamente vinculada con los demás dominios del sector cultural, ya que cada uno de ellos comprende actividades que los turistas realizan de forma regular. La categoría Deportes y recreación abarca los deportes, el entrenamiento físico, los parques de entretenimiento y los juegos de azar. El MEC incluye estos elementos porque entiende que son manifestaciones de la cultura y de la identidad de un grupo social (Unesco, 2009).

Diagrama 2.2.

Marco para los dominios de estadísticas culturales



Fuente: Marco de Estadísticas Culturales (MEC) (Unesco, 2009).

Cabe mencionar que la UNCTAD ha planteado un modelo para clasificar y medir los flujos de comercio de bienes y servicios creativos tomando en consideración el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco.

Ahora bien, a nivel regional, *Cuentas Satélites de Cultura. Manual metodológico para su implementación en América Latina (2006-2009)*, del Convenio Andrés Bello (CAB), se ha consolidado como un importante referente que está orientando la acción de los países en dichas materias. Desde 1999, el Convenio Andrés Bello ha llevado a cabo una gestión decidida para fortalecer la información y el conocimiento de las dimensiones económicas y sociales de la cultura.

En el marco del programa Economía y Cultura ha realizado investigaciones regionales, nacionales y sectoriales de diagnóstico económico y social de las industrias culturales, el patrimonio

material y las artes escénicas; unas primeras aproximaciones sobre la participación cultural, como la caracterización del empleo, el consumo y la diversidad cultural; y un análisis de los incentivos económicos a la cultura en los países miembros. De igual forma ha propiciado el fortalecimiento de los sistemas de información cultural de los países de la región y ha propuesto marcos metodológicos. De estas líneas de actuación se han podido extraer sugerencias de política y legislación que ya se están teniendo en cuenta en las instituciones de los Estados, las empresas culturales y las comunidades artísticas (CAB, 2009).

Varios de los estudios realizados sobre la economía de la cultura, promovidos tanto por el CAB como por otras instituciones y organismos internacionales, evidenciaron dificultades en la medición, lo que ha impedido llegar a conclusiones de carácter general. Para ello, desde 2005, el CAB ha trabajado en un manual metodológico sobre la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, plataforma de medición que se interrelaciona con el Sistema de Cuentas Nacionales, tal como sucede en otros sectores como el turismo, el medioambiente y la salud.

Dicho trabajo –alimentado por encuentros con especialistas en cultura, delegados de instituciones culturales de los países miembros, especialistas en economía de la cultura, expertos en cuentas nacionales de alto nivel y organismos internacionales– dio su primer fruto en 2006 con la versión preliminar del manual. No obstante, al poco tiempo, tanto las indicaciones de los expertos en cuentas nacionales como la experiencia obtenida en la elaboración de los manuales de cuentas satélites en otros campos mostraron la necesidad de realizar una segunda versión de esta propuesta. En noviembre de 2007, en Bogotá, Colombia, sede del organismo, se organizó un encuentro para exponer los avances logrados. Después de este encuentro se realizaron ajustes y se preparó el manual que finalmente se publicó en 2009¹.

Tomando como base distintas aproximaciones del concepto de cultura, el manual del CAB centra su atención en el término «campo cultural», que define como «un conjunto de actividades humanas y productos (bienes y servicios) cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos». Esta idea se asemeja a la de ciclo cultural del manual de la Unesco, ya que, excepto el consumo, incluye los mismos procesos.

A la creación de contenidos simbólicos se asocia la actividad de los creadores en todos los campos del arte y de la expresión: escritores, escultores, autores, diseñadores, arquitectos, periodistas, etc., así como los productos que resultan de su actividad. A la expresión e interpretación de contenidos simbólicos se asocian las actividades y productos ligados con las manifestaciones artísticas: artes escénicas, artes visuales, música (tradicional, clásica, popular, etc.), pero también los comportamientos y expresiones rituales y tradicionales. Las emisiones de radio, de televisión, los espectáculos en vivo, el material escrito, las artes gráficas, entre otros, son

¹ El CAB inició en 2013 un nuevo proceso de revisión del manual.

algunos de los productos por los que se transmiten los contenidos simbólicos. Los museos, los grupos folclóricos y los investigadores sociales como antropólogos y arqueólogos, entre otros, representan un papel fundamental en la preservación, estudio y conservación de las tradiciones y de los ritos que constituyen la historia común de los grupos humanos (CAB, 2009).

El manual enuncia los doce sectores que componen el campo cultural, según clasificadores de productos y actividades culturales; estos se dividen a su vez en subsectores:

1. Creación literaria, musical, teatral y audiovisual.
2. Artes escénicas y espectáculos artísticos (teatro, danza, circo, etc.).
3. Artes plásticas y visuales (fotografía, pintura, escultura, grabados, etc.).
4. Libros y publicaciones (incluye también partituras, postales, afiches, etc.).
5. Audiovisual (cine y video, radio, televisión, multimedia y videojuegos).
6. Música (edición y producción fonográfica).
7. Diseño (arquitectónico, gráfico, textil, industrial, interactivo, moda y joyas).
8. Juegos y juguetería.
9. Patrimonio material (inmueble, mueble, bibliotecas, museos, etc.).
10. Patrimonio natural (reservas naturales, jardines botánicos y zoológicos).
11. Patrimonio inmaterial (fiestas, gastronomía, tradiciones, artesanía, lenguas, etc.).
12. Formación cultural (formación artística y en mantenimiento del patrimonio, museología, etc.).

De esta forma, el manual del CAB presenta los temas desagregados en tanto que el de la Unesco tiende a agruparlos en categorías más amplias. Probablemente, la diferencia más importante entre uno y otro en cuanto a los temas (sectores, dominios) considerados es que el manual del CAB incluye la categoría Juegos y juguetería:

Los juegos y la juguetería se incluyen por su dimensión lúdica e interactiva de procesos simbólicos. Sus usos llevan implícitos mundos imaginarios que establecen una relación de creatividad. Estos son un componente fundamental del mundo simbólico de la etapa infantil y de las relaciones que se establecerán en el futuro con el mundo. En cambio, se ha dejado fuera el deporte, que en ciertos países es un área en que se da un fuerte poder de identificación y que pueden, desde luego, considerar relevante incluir (CAB, 2009).

El manual del CAB distingue a su vez entre actividades culturales y actividades de producción cultural, a partir de los planteamientos sobre producción del Sistema de Cuentas Nacionales

(1993). Así, entiende que las actividades culturales se distinguen de las actividades de producción cultural por no estar orientadas al mercado:

El «productor» es un individuo que ejerce esta actividad (pintar, hacer fotos, etc.) en su tiempo libre porque disfruta de la actividad de creación y satisface así sus necesidades estéticas. «Produce» un producto para su propio disfrute o el de sus allegados. Esta práctica cultural es una actividad «personal», no un proceso de producción y, por tanto, no debe entrar dentro de los límites de la producción. Sin embargo, también es posible que su «producto» se venda en algún momento posterior, aun cuando no lo haya «producido» con miras a su venta (caso de cuadros, por ejemplo, o de cuentos que finalmente son editados). En esta situación, un «producto» que no tenía valor económico, pues no se podía considerar «producido», adquiere un valor de cambio para el Sistema de Cuentas Nacionales.

Algo similar ocurre en el caso de la producción de servicios, donde el SCN 1993 solo reconoce como servicios producidos aquellos susceptibles de ser vendidos en el mercado. Esta línea teórica dejaría fuera la práctica cultural de un individuo que para su propia diversión practicara, por ejemplo, música o teatro, para sí mismo o para un círculo restringido de familiares y amigos, al considerar solo como producción la presentación (y la representación) ante un amplio número de espectadores, un grupo al que asignar un valor de mercado.

Por último, con el fin de orientar las mediciones económicas, el manual del CAB distingue entre productos característicos de la cultura, productos conexos, interdependientes y auxiliares. Los primeros, cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos, deben representar una parte sustancial de lo producido por la actividad. Ello lleva, por ejemplo, a excluir las actividades de diseño porque producen aplicaciones que no son culturales. Los productos conexos serían aquellos cuyo valor de producción representa poco dentro del valor total de la producción, pero que, sin embargo, tienen la clara característica de ser culturales. Los productos llamados auxiliares serían aquellos que de por sí no participan de la generación de contenidos simbólicos ni sirven de insumo para esta, sino que simplemente hacen esta transmisión posible (radio, televisión, etc.). La cuarta categoría incluiría bienes y servicios llamados interdependientes, por ser aquellos que sirven como insumo o bien de capital a la producción cultural (cámaras de video o cámaras fotográficas).

Cuadro 2.1.

Comparación de sectores y dominios según diferentes definiciones

Industrias culturales tradicionales	Industrias creativas	Industrias dependientes del derecho de autor	Sectores CAB	Dominios MEC
	Patrimonio y sitios culturales – Sitios arqueológicos – Museos – Bibliotecas – Exposiciones, etc. Expresiones culturales tradicionales – Artes y oficios – Festivales – Celebraciones		Patrimonio material – Inmueble y mueble – Bibliotecas – Museos Patrimonio natural – Reservas – Jardines botánicos – Zoológicos Patrimonio inmaterial – Fiestas – Gastronomía – Tradiciones – Artesanía – Lenguas, etc.	Patrimonio cultural y natural – Museos – Sitios – Arqueológicos – Sitios históricos – Paisajes culturales – Patrimonio natural Patrimonio cultural inmaterial (dominio transversal) – Tradiciones y expresiones orales – Rituales – Lenguas – Prácticas sociales
Editorial – Libros, periódicos y revistas – Industria gráfica (impresión) – Edición – Literatura – Librerías	Edición y medios impresos – Libros, prensa y otras publicaciones	Prensa, publicaciones y otros medios impresos	Libros, publicaciones (y otros materiales impresos)	Libros y prensa – Libros, periódicos y revistas – Otros materiales impresos – Bibliotecas – Ferias de libros
Audiovisual – Cine – Televisión – Video	Audiovisuales – Cine – Televisión – Radio – Otras difusiones	Películas cinematográficas y videos Radio y televisión	Audiovisual – Cine y video – Radio y televisión – Multimedia – Videojuegos	Medios audiovisuales e interactivos – Filmes y videos – Radio y televisión – Creación de archivos sonoros en internet – Juegos de video
Fonográfica – Radio – Música grabada	Artes escénicas – Música en vivo – Teatro – Danza – Ópera – Circo – Títeres, etc.	Música, producciones de teatro, ópera	Música (edición y producción fonográfica) Artes escénicas y espectáculos artísticos – Teatro – Danza – Circo, etc.	Presentaciones artísticas y celebraciones – Música – Artes escénicas – Festivales – Festividades y ferias
	Artes visuales – Pintura – Escultura – Fotografía – Antigüedades	Artes visuales y gráficas Fotografía	Artes plásticas y visuales – Fotografía – Pintura – Escultura – Grabados, etc.	Artes visuales y artesanías – Bellas Artes – Fotografía – Artesanías
	Diseño – Interiores – Gráfico – Moda – Joyería – Juguetes Nuevos medios – Programas informáticos – Juegos de consola – Contenidos creativos digitalizados Servicios creativos – Arquitectura – Publicidad – I+D creativos, culturales y recreativos	Programas informáticos y bases de datos Servicios de publicidad	Diseño – Arquitectónico – Gráfico – Textil – Moda – Industrial – Interactivo – Joyas Creación literaria, musical, teatral y audiovisual Juegos y juguetería Formación cultural	Diseño y servicios creativos – Moda – Diseño gráfico – Diseño interior – Paisajismo – Servicios arquitectónicos – Servicios de publicidad Educación y capacitación (dominio transversal) Archivística y preservación (dominio transversal)

Fuente: Elaboración propia a partir de UNCTAD (2010), OMPI (2003), CAB (2009) y Unesco (2009).

El Cuadro 2.1 muestra cómo ha ido cambiando la concepción de los ámbitos de la cultura que deben medirse, pasando de la visión reducida de las industrias culturales tradicionales (que se limita a los sectores editorial, audiovisual y fonográfico) a concepciones más actuales que incluyen patrimonio, diseño, servicios creativos e incluso publicidad.

Los sectores de las industrias culturales tradicionales se mantienen en las diferentes teorías analizadas con pocas variaciones, a excepción de la música, ya que mientras algunos la consideran un ámbito propio, otros la incluyen en la categoría de las artes escénicas.

A medida que se analizan sectores no tradicionales, las concepciones van mostrando mayores diferencias. Por ejemplo, el patrimonio aparece reflejado en el marco de las industrias creativas tanto en el manual CAB como en el del MEC. En estos manuales también aparece la artesanía, un ámbito que no había sido considerado en visiones anteriores. Cabe apuntar, no obstante, que aparece clasificada en distintas categorías: mientras el CAB lo incluye en Patrimonio, el MEC lo pone junto a Artes visuales.

En la parte final del cuadro, vinculada a los ámbitos más recientes, se muestran las mayores divergencias. A modo de ilustración, el diseño se considera un ámbito propio según la concepción de las industrias creativas y las definiciones del CAB, pero no se incluye en las industrias dependientes del derecho de autor; por su parte, el MEC lo integra en la categoría Diseño y servicios creativos, donde también se incluye publicidad.

Sobre la publicidad parece que no hay acuerdo. Está presente en la mayor parte de las nuevas concepciones, a excepción de en el manual del CAB. Tal como se ha mencionado anteriormente, se mantiene hasta el día de hoy un fuerte debate respecto a si es posible considerar la publicidad como sector cultural, y ya no solo por la tensa relación que siempre ha existido entre ambos, sino más bien porque muchos consideran que la publicidad parece ser más un insumo que contribuye a la venta de bienes culturales que un producto cultural final. Desde esta perspectiva, debería considerarse la publicidad más como industria de apoyo al sector que como un sector cultural en sí mismo.

Este argumento puede rebatirse señalando que las propias instituciones hablan de «servicios de publicidad» y no de «publicidad», con lo que vienen a reconocer «que el objetivo principal de la publicidad es prestar un servicio creativo o hacer un aporte intermedio a un producto final que no siempre es de naturaleza cultural» (Unesco, 2009).

En cuanto a los programas informáticos, aparecen en tanto en los servicios creativos como en las industrias dependientes del derecho de autor, pero no figuran en los manuales, aunque el MEC los incluye dentro del dominio transversal Equipamiento y materiales de apoyo.

Por último, merece la pena detenerse a analizar la concepción del CAB, ya que enumera más sectores que los demás e incluye dominios que no tienen correspondencia directa con las categorías de las demás visiones, tales como Creación literaria, musical, teatral y audiovisual, Juegos y juguetería y Formación cultural (que incluirá formación artística y mantenimiento del patrimonio, museología, etc.). Mientras la primera es incluida implícitamente en todas las demás visiones, la segunda es totalmente nueva, y la tercera solo encuentra su símil en el dominio transversal Educación y capacitación.

2.2. Marco metodológico de referencia y fuentes de información

El presente estudio, teniendo en vista las diversas definiciones y aproximaciones a la actividad cultural, las prácticas de los países en materia de medición y la disponibilidad de fuentes de información nacionales e internacionales, ha optado por utilizar como marco principal de referencia el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (2009). Por su amplitud y nivel de agrupamiento de las actividades culturales, el uso del MEC facilita la producción y compilación de estadísticas que, de acuerdo con los instrumentos disponibles a nivel internacional, no podrían representar adecuadamente la multiplicidad de sectores distinguidos en otras metodologías.

Por otro lado, el presente estudio enfrenta diferentes limitaciones de información que impiden el análisis cruzado de las diversas actividades culturales y conexas o auxiliares, lo que obstaculiza la distinción de los diversos flujos económicos e impide diferenciar, por ejemplo, la producción para consumo intermedio y para consumo final, los costes de producción, los valores de venta y el valor agregado en cada actividad cultural. Por este motivo, salvo la consignación de cifras provenientes de las cuentas satélites de los países o de otros estudios que arribarían a estimaciones de la actividad –como porcentaje del producto interno bruto–, los resultados que en adelante se presentan corresponden a una mirada parcial, en múltiples dimensiones, de la significación económica de la actividad cultural. Por tanto, se apela al MEC y a su noción de ciclo de vida cultural, ya que facilita la incorporación y el análisis de indicadores no monetarios que permiten una visión más integral de la actividad cultural –no solo económica– en fases de la misma no susceptibles de medirse con las herramientas disponibles en la región.

En términos generales, las fuentes de información utilizadas a nivel nacional fueron los que se mencionan a continuación:

- Estadísticas generadas por las Cuentas Satélites de Cultura de países que, en términos generales, siguen el manual del CAB y en menor medida el MEC de la Unesco, y que por tanto incluyen un número variable de sectores o dominios culturales. Por este motivo, tales estadísticas no pueden ser comparadas.
- Encuestas de consumos culturales de los países. Dichas encuestas se han elaborado a

partir de experiencias similares en los países de la región, pero atendiendo a las especificidades de cada país y a los intereses de investigación de los respectivos equipos. Por ello, su grado de armonización no es alto, lo que también dificulta la comparabilidad.

- Estadísticas oficiales acerca de la oferta cultural nacional (facilitadas por los ministerios o secretarías de Cultura, las oficinas nacionales de estadística u otras instituciones afines).

Por otro lado, las fuentes de información internacionales y los bancos de datos nacionales estandarizados que se emplearon fueron los siguientes:

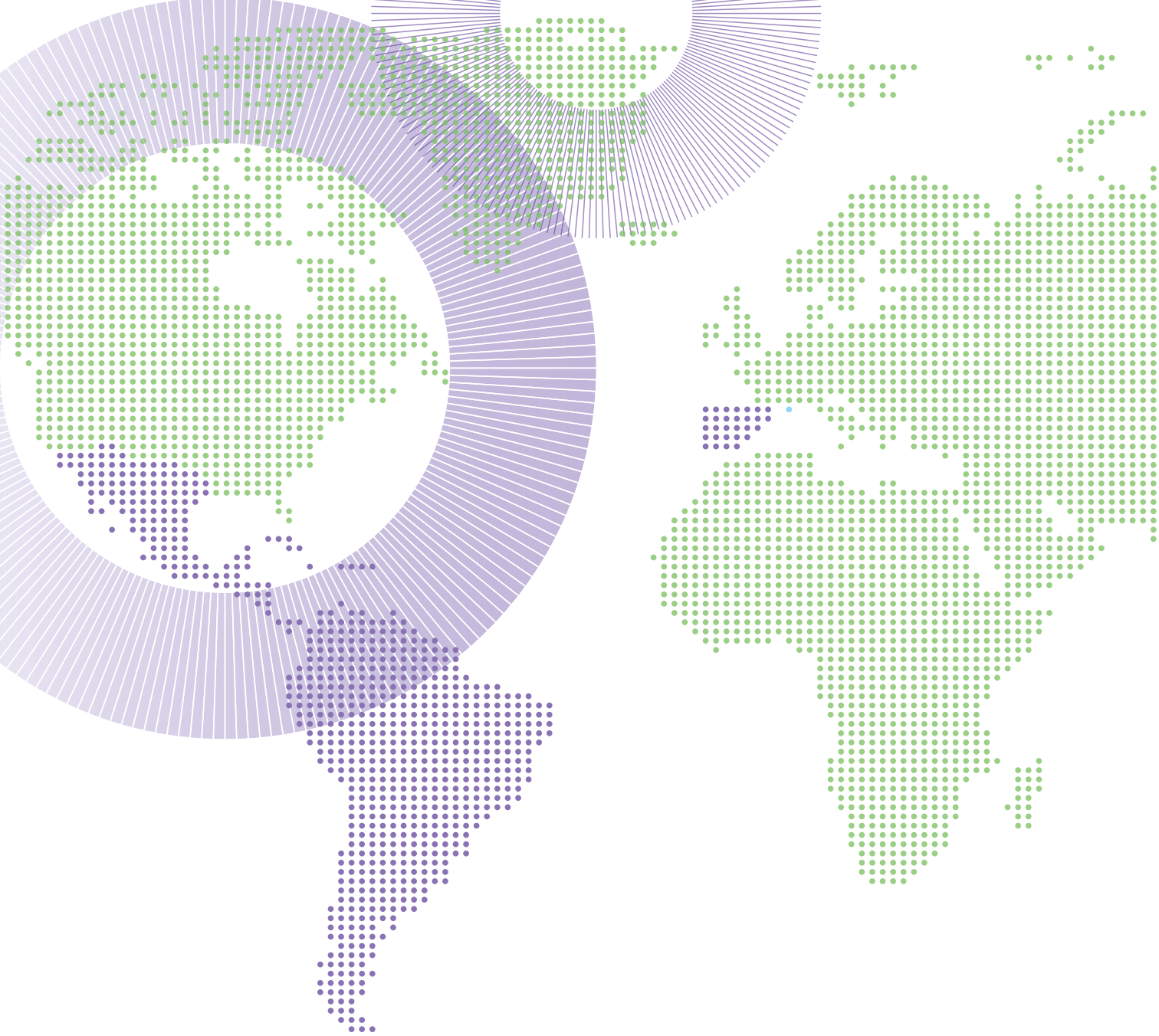
- Encuestas de hogares y condiciones de vida más recientes disponibles en CEPAL, para la medición del empleo y las ocupaciones culturales². El uso de estas fuentes hizo necesario homologar las clasificaciones de actividades y de ocupaciones utilizadas por los países con las propuestas por el MEC: la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) de 2004 (ISIC por sus siglas en inglés) y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) de 2008 (ISCO por sus siglas en inglés)
- Estadísticas de finanzas públicas para el examen de los gastos públicos efectuadas por instituciones dedicadas a la cultura. Esta información la facilitan fuentes oficiales de los países (ministerios o secretarías de Cultura, de Hacienda o Finanzas, bancos centrales u oficinas nacionales de estadística). El nivel de comparabilidad que se alcanza compilando estas fuentes no es muy alto, ya que en ocasiones la información se obtiene a partir de la clasificación administrativa o institucional del gasto (según el origen de los recursos ejecutados) y, en otras, a partir de la clasificación funcional (Clasificación de Funciones de Gobierno, según el destino de los mismos; COFOG por sus siglas en inglés); además, la información es variable según el nivel de gobierno (central, general, sector público no financiero; o federal, estatal/provincial, gobiernos locales), lo que dificulta la comparación entre países y suele implicar la subestimación de recursos destinados a la cultura.
- Estadísticas de comercio internacional de la base de datos COMTRADE de Naciones Unidas a cuatro y cinco dígitos para distinguir bienes y productos culturales y bienes auxiliares. Se utilizó asimismo la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional versión 4 (SITC por sus siglas en inglés), con la excepción de los flujos de comercio exterior reportados por la República Bolivariana de Venezuela, disponibles en la versión 3.
- Encuestas de ingresos y gastos de los hogares para medir el gasto privado en cultura; a tal efecto, fue necesario homologar las clasificaciones nacionales de gasto con la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (COICOP por sus siglas en inglés).
- Estadísticas de Asistencia Oficial para el Desarrollo compiladas por la Organización para

² Ciertamente, las encuestas nacionales de empleo representan un instrumento más idóneo para esta medición. Sin embargo, su falta de disponibilidad para el presente estudio, así como la robustez progresiva que han adquirido las encuestas de propósitos múltiples en los hogares, ha impulsado el uso de las segundas.

la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en concreto desde la base de datos Aid Activity Database (CRS).

- Módulo de consumos culturales de la encuesta Latinobarómetro 2013, encargado por la OEI, cuya ventaja principal es que las preguntas se aplicaron al conjunto de países, lo que facilita su comparabilidad.

Se puede obtener un mayor detalle de las fuentes utilizadas en los siguientes capítulos. Las tablas de correspondencia entre clasificadores según los dominios culturales definidos por el MEC se pueden encontrar en el anexo metodológico que acompaña la versión electrónica del presente documento.



LAS CUENTAS SATÉLITES DE CULTURA EN LA REGIÓN

Durante los últimos años, la creciente importancia económica del sector cultural ha llevado al desarrollo de sistemas para su medición. Como consecuencia, se ha observado cierta proliferación de estudios sustentados en una mirada económica de la cultura; estudios que destacan la importancia de este sector como motor de desarrollo y generador de riqueza. Sin embargo, la falta de uniformidad de los sistemas de medición ha limitado las posibilidades de comparar unos con otros los diferentes estudios.

En términos económicos, en Iberoamérica se estima que el PIB cultural oscila entre el 2 % y 4 %, cifras que superan en algunos países las de sectores como la agricultura y la pesca (Secretaría de Cultura de la Nación, 2012); a nivel global este mismo dato se situaría entre el 2 % y 5 %, aunque se considera que el porcentaje está creciendo. Atendiendo a estas cifras, la cultura se situaría como una extraordinaria herramienta para hacer frente a los efectos de la exclusión y la desigualdad (OEI, 2013).

En efecto, estos datos promueven el interés por mostrar que el sector cultural no solamente es un área importante para el desarrollo individual, sino que también puede contribuir a generar ingresos y empleo (CAB, 2009). En este sentido, en la región se han creado diversos mecanismos de apoyo para la construcción de estadísticas culturales entre las que destaca la iniciativa SICSUR de Mercosur (Sistema de Información Cultural del Mercosur) para la sistematización de estadísticas culturales; también las de la OEA, la OEI, el Convenio Andrés Bello, la Comunidad Andina y la CEPAL.

El objetivo de estas mediciones es comprender el rol económico que tiene la cultura y, a partir de los resultados, mejorar el diseño e implementación de políticas públicas, orientar el gasto público y privado y mejorar las condiciones de las diversas áreas de desarrollo cultural. Esta es la razón por la que varios países de la zona han tomado la iniciativa de avanzar en conjunto en la creación de sistemas estadísticos comparables para medir la cultura; ejemplo de esta colaboración son las Cuentas Satélites de la Cultura (CSC).

Las CSC son una poderosa herramienta estadística –sobre todo cuando recaban datos comparables a nivel internacional– y permiten establecer las características de la relación entre la cultura y los sectores de la economía, lo que da cuenta de su impacto en el crecimiento de cada

país. En términos generales, las cuentas satélites, extensión del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), amplían la capacidad analítica de la contabilidad nacional a determinadas áreas de interés social de manera flexible, sin sobrecargar o distorsionar el SCN. Esencialmente, las cuentas satélites pueden relevar las actividades económicas que en el marco central son tratadas de forma no exhaustiva, o no explícitamente, y facilitar un análisis más completo de economías o funciones sociales que solo aparecen parcialmente. (Gordon y Beilby-Orrin, 2007).

En su funcionamiento, una cuenta satélite debe proveer de respuestas a los problemas económicos del campo en el que se realiza, a partir de tres preguntas fundamentales (CAB, 2009; Telliet, 1988):

- ¿Quién financia?
- ¿Quién produce? ¿Con qué medios de producción?
- ¿Cuál es el resultado del gasto y quién es el beneficiario?

En general, no hay diferencias fundamentales entre el SCN y una cuenta satélite, ya que ambos utilizan el mismo marco para poder ser comparables. En muchos casos, las cuentas satélites se centran en conciliar los agregados del marco central con los agregados del sector o función que tratan, utilizando los conceptos y criterios del SCN de forma flexible, con el objeto de adaptar el marco central a las necesidades descriptivas de su campo de acción.

Una de las principales características de una cuenta satélite, que la diferencia del marco central, es que permite modificar la frontera de producción de las actividades económicas (o sea, incluir actividades económicas no registradas o implícitas en el SCN). Además, es posible utilizar estadísticas no monetarias (de trabajo voluntario y actividades secundarias) que el marco central no mide y que, en el caso de la cultura, tienen una especial relevancia. Esto, a su vez, exige una mayor y mejor integración de los datos monetarios y físicos, e impulsa a los países a desarrollar mediciones específicas (monetarias y no monetarias) con carácter periódico para el área de la cultura (SCN, 1993, capítulo XXI, párrafo 21.8).

Una cuenta satélite, aunque limitada por el estado de la información existente, contribuye a la orientación y aceleración del conocimiento del campo en estudio (Ministerio de Educación de Finlandia, 2009). Por ese motivo, uno de los primeros pasos para realizar una cuenta satélite es efectuar un diagnóstico de las estadísticas existentes en el sector.

Otra de las características de una cuenta satélite es que hace posible sistematizar una gran cantidad de estadísticas, lo cual permite generar una red estructurada de información de diferentes sectores económicos. Esta sistematización tiene como objetivo orientar la acción, ya sea estatal o privada, respecto del sector en análisis.

Las primeras nociones de cuenta satélite provienen de finales de los años sesenta, cuando se mantenía que el Sistema de Cuentas Nacionales del momento era demasiado rígido para tomar en cuenta todos los aspectos de la realidad económica. Durante esos años, Francia desarrolló tres comisiones especializadas para la construcción de cuentas sectoriales experimentales en Agricultura, Comercio y Transporte (Pommier, 1981). Estas cuentas representaron los primeros esfuerzos en el desarrollo de cuentas satélites.

Las primeras experiencias sobre una Cuenta Satélite de Cultura se remontan a los años setenta en Finlandia, donde se propuso estudiar la cultura desde la perspectiva de la producción, la distribución y el consumo. Posteriormente, en Francia se creó durante 1983 un marco para la construcción de Cuentas Satélites de Cultura (Telliet, 1988). Sin embargo, este marco nunca fue implementado por problemas de demarcación del área, aspectos conceptuales y, principalmente, por falta de recursos. A pesar de todo, este marco habría permitido que las estadísticas culturales adoptaran el concepto de «cadena creativa» (Oficina de Estadística Checa, 2012).

En la actualidad son varios los países que han puesto en marcha cuentas satélites en distintos sectores –los más comunes son Turismo, Salud y Medioambiente– y, desde los años ochenta, se encuentran diferentes versiones. Los primeros países en implementar una Cuenta Satélite de Cultura fueron España y Finlandia (ambas publicadas en 2009).

Durante las últimas décadas, varios países de la región han realizado esfuerzos continuos para medir la cultura y su impacto en la economía. Países como Argentina, Colombia y España, entre otros, han desarrollado tanto CSC como sistemas de información estadística cultural (SInCA, SiNIC, CULTURABase¹), así como diversos instrumentos de medición de las actividades del sector: anuarios de cultura y tiempo libre, encuestas de consumo y participación cultural o mapas de la cultura, entre otros.

A esto se suman organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales, asociaciones y distintas iniciativas subregionales, como la de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) en colaboración con la CEPAL, la Unesco, el Convenio Andrés Bello (CAB), Mercosur Cultural (SICSUR), la Comunidad Andina (CAN) y la Organización de Estados Americanos (OEA), cuyos objetivos son sistematizar la información cultural y apoyar a los países mediante diferentes mecanismos para la implementación de sistemas estadísticos y el fomento de la investigación y desarrollo en el ámbito de la cultura.

Los países iberoamericanos han sido pioneros en el establecimiento de estadísticas integradas de cultura y en la creación de iniciativas para avanzar en conjunto en la medición de este sec-

¹ SInCA: Sistema de Información Cultural de la Argentina; SiNIC: Sistema Nacional de Información Cultural (Colombia); CULTURABase es el sistema de información cultural de España.

tor. Ejemplo de esto es la iniciativa de la OEI, que a través de la Carta Cultural Iberoamericana (2007) promueve la «estructuración de un espacio cultural iberoamericano y la promoción de una posición más fuerte y protagonista de la comunidad iberoamericana ante el resto del mundo en uno de sus recursos más valiosos: su riqueza cultural».

La tarea constante de estas organizaciones es tanto impulsar el debate sobre la importancia de la cultura en el desarrollo económico y social en la región como promover la inversión pública en cultura al revelarla como un área rentable. Pese a estos esfuerzos, aún no se ha logrado alcanzar un material estadístico sobre el sector que sea comparable entre las diferentes economías, principalmente por la falta de información y de financiación. Por ello, una de las necesidades prioritarias es la implementación de sistemas de información económica que sean «confiables, periódicos y comparables a nivel internacional» (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de Chile –CNCA–, 2007).

La OEI insiste en que la heterogeneidad de campos y actores de la cultura no debe ser impedimento para que se disponga de unos datos básicos, o mínimos, que permitan avanzar hacia un nuevo ciclo de conocimiento sobre las políticas culturales en Iberoamérica (OEI, 2013). De estos esfuerzos ha surgido la idea de la implementación de sistemas de CSC, por la posibilidad que estas tienen frente a otras formas de medición de representar un sistema integrado y comparable internacionalmente del sector cultural. Por otra parte, las cuentas satélites garantizan que las estimaciones para el sector cultural no se hagan solamente de forma agregada, sino que también se detallen actividades específicas dentro de la información estadística.

Actualmente, diferentes países han elaborado o están desarrollando CSC; entre ellos se cuentan Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Australia, la República Checa, algunos países de la región Asia Pacífico, además de varios países de Iberoamérica (véase la Sección 3.2 del presente capítulo).

3.1. Experiencias internacionales con Cuentas Satélites de Cultura

Australia es uno de los países que actualmente cuenta con una primera versión de Cuenta Satélite de Cultura y Actividades Creativas. El organismo encargado de esta es el Centro Nacional para Estadísticas Culturales y Recreativas (NCCRS, por sus siglas en inglés), que trabaja en conjunto con la Oficina de Estadísticas de Australia (ABS, por sus siglas en inglés).

En esta primera versión, que corresponde al periodo 2008-2009 aunque fue publicada a comienzos de 2014, se contempla la realización de un análisis cada tres años. De acuerdo con las estimaciones, la cuenta de Australia no es comparable internacionalmente, ya que las categorías que utiliza son diferentes de las de otros países. Sin embargo, pese a considerar diferentes coberturas, los sectores económicos australianos, en actividades culturales y creativas, son

bastante similares a las de otros países (Australian Bureau of Statistics, 2014). Una de las particularidades de esta CSC es que mide las actividades voluntarias basándose en el método de «valor de reposición» (*replacement cost*), aplicado en su cuenta satélite a organizaciones sin fines de lucro. Este método consiste en valorar cada hora de voluntariado en función de lo que costaría reemplazar al voluntario por un trabajador asalariado.

Otro de los países que trabaja en sus primeras versiones de CSC es **Canadá** (la publicación de su primera Cuenta Satélite de Cultura se espera para fines de 2014²). Esta se encuentra en desarrollo como parte del programa de Estadísticas Culturales Canadiense (CSP, por sus siglas en inglés), que a su vez forma parte del sistema estadístico canadiense (STATCAN) creado en 1972, actualmente uno de los sistemas estadísticos culturales más avanzados del mundo.

Los trabajos del CSP clasifican la cultura por temas y sectores; cada tema contiene información de diferentes sectores, como por ejemplo gasto público en cultura, empleo cultural y consumo de hogares; un sector se refiere a un área específica de actividades culturales, como las artes visuales o el sector editorial³.

En el año 2004, el CSP publicó su propio marco para estadísticas culturales, que posteriormente fue actualizado en 2011. El marco integra aspectos tanto sociales como económicos de la cultura, es decir, es lo suficientemente amplio para contener los procesos de creación, producción y distribución cultural, así como el impacto social y económico que se deriva de la cadena creativa. No obstante, la definición de bienes y servicios culturales que utiliza el marco es bastante reducida y se adhiere a las clasificaciones propias del sistema estadístico canadiense.

Estados Unidos no cuenta con un organismo estadístico gubernamental que se centre en el sector cultural. La oficina principal dedicada a este sector es la llamada Dotación Nacional para las Artes (NEA, por sus siglas en inglés), que está desarrollando una Cuenta Satélite de las Artes y la Producción Cultural (ACPSA, por sus siglas en inglés) en común con el Departamento de Comercio de la Oficina de Análisis Económico (BEA, por sus siglas en inglés).

Los resultados preliminares de la ACPSA fueron publicados durante el año 2013 y pertenecen al periodo 1998-2011. En ellos se incluyen datos del censo, del censo económico, del censo de empleos y salarios, de la Encuesta Anual de Servicios, de estadísticas de empleo y de trabajadores independientes, y de encuestas de gasto en los hogares. Utiliza, además, fuentes no gubernamentales e incluye la producción de arte y cultura del Gobierno, e importaciones y exportaciones.

² Información disponible en <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-008-g/2003001/theme-sujet/contribution-eng.htm>.

³ Información disponible en <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-008-g/2003001/culture/description-eng.htm>.

La ACPSA, basada en los modelos de Canadá y Australia y en el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (MEC), se divide en tres grandes dominios:

- Dominios centrales, que incluyen museos, bibliotecas y centros culturales; espectáculos y música en vivo; artes visuales; trabajos escritos; audiovisual y medios interactivos.
- Dominio de servicios de diseño y artes aplicadas, que incluye servicios de publicidad y otros servicios de diseño.
- Dominios transversales, que abarcan educación, inversión de Gobierno y servicios profesionales de apoyo e infraestructura.

Finlandia fue uno de los primeros países en publicar una CSC. Esta fue preparada durante el 2007 por el Ministerio de Educación y el Tilastokeskus (Instituto Nacional de Estadísticas de Finlandia) como parte de un proyecto piloto. Sus resultados se difundieron el año 2009 e incluyeron indicadores tales como el consumo intermedio, el valor agregado (VA), la división entre productores de mercado y no mercado, importaciones y exportaciones, y empleo desde el enfoque de la oferta y de la demanda, para el periodo que abarcaba de 1995 y 1996 a 2005.

Esta CSC incluye información referente a Actividades artísticas, teatrales y conciertos; Bibliotecas, archivos y museos; Tiendas de arte y antigüedades; Actividades de producción y distribución de libros; Periódicos; Producción y distribución de películas y videos; Fabricación y venta de instrumentos musicales; Grabaciones musicales; Radio y televisión; Actividades de impresión; Publicidad, diseño arquitectónico e industrial; Fotografía; Parques de diversiones, juegos y otras actividades recreativas; Fabricación y venta de artículos electrónicos para entretenimiento; Organización de eventos culturales; e Industrias deportivas. Esta clasificación está ordenada en función del tipo de actividad: no se realiza una agrupación por sectores o dominios, ni incluye sectores como educación o trabajo voluntario, diseño o artesanías, aunque se hace constar que se considerará su incorporación para versiones futuras de la CSC.

Francia, como se mencionó anteriormente, fue de los primeros países en mostrar interés por entender la economía de la cultura. Durante los años ochenta se desarrollaron diversas iniciativas para discutir la economía de la cultura y las formas para medir estadísticamente el sector, así como el primer marco para una CSC. En la actualidad, la responsabilidad para la producción de estadísticas culturales recae en el Departamento de Estudios y Prospectiva (DEP) del Ministerio de Cultura, que trabaja en colaboración con el Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos (INSEE, por sus siglas en francés).

Aunque Francia no cuenta con una CSC propiamente dicha, sus estudios han contribuido al desarrollo de marcos estadísticos y a la comparación de indicadores culturales a nivel mundial. Cada año el DEP produce el informe *Estadísticas de la cultura: cifras clave*, que mide las áreas

de empleo cultural, gasto de hogares y participación, economía de la cultura y comunicación, gasto público y privado en cultura, y políticas y regulaciones.

En el **Reino Unido**, el organismo encargado de estadísticas culturales es el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés), creado en 1997. Sus estudios están orientados principalmente al área de industrias creativas, de hecho, uno de sus primeros trabajos es el Mapa de Industrias Creativas (1998). En este departamento se producen estadísticas relacionadas con la participación cultural, y estimaciones económicas y productivas para las industrias creativas.

Por otro lado, el Consejo Británico de las Artes cuenta con un programa de investigación que aborda cómo se relacionan las actividades culturales que cuentan con financiación pública con la economía y con la economía creativa. Dentro de este programa, se trabaja actualmente con el Centro de Investigación de Economía y Negocios con el objetivo de medir la contribución económica de la cultura; esta medición incluiría, además, un análisis de la contribución directa en indicadores macro económicos como el valor agregado bruto (VAB), el empleo, la producción y el crecimiento, y una estimación de las contribuciones indirectas.

La **República Checa** publicó su primera CSC en 2012 con los resultados del año 2010. Elaborada por la Oficina de Estadística Checa y el Centro Nacional de Información y Consulta de Cultura, es el segundo intento por construir una CSC –la primera versión fue realizada en referencia al año 2009– e incluye análisis de empleo, gasto público, inversión, importación, exportación, ingresos, consumo intermedio, consumo de los hogares, VAB y PIB. Los sectores analizados son Patrimonio, Artes escénicas, Artes visuales, Libros y prensa, Tecnologías audiovisuales e interactivas, Arquitectura, Publicidad y Educación cultural.

Además de las experiencias de estos países, existen iniciativas para el desarrollo de estadísticas culturales por parte de la **Unión Europea** como el ESSnet-Culture (European Statistical System Network on Culture), red que une expertos en estadísticas culturales para desarrollar conceptos y metodologías comunes para la UE; o el LGE (Grupo Líder de Estadísticas Culturales). La **OCDE** hace, asimismo, recomendaciones para implementar CSC en su región.

De las experiencias revisadas, Finlandia, Francia, Reino Unido y la República Checa se rigen por los estándares dictados por la UE; Canadá, como se mencionó, tiene su propio manual de estadísticas culturales, mientras que Estados Unidos se basa en el manual canadiense, el australiano y el Marco de Estadísticas Culturales de Unesco.

3.2. Experiencias y esfuerzos iberoamericanos para el desarrollo de CSC

En lo que respecta a los países de la región, además de los que ya han desarrollado CSC (como Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, España, México y Uruguay), Brasil, Ecuador, Guatemala, Perú, Portugal, El Salvador y la República Dominicana se encuentran desarrollando, o en vías de desarrollar, sus primeras versiones de cuenta satélite. Seguidamente se ofrece una relación de las experiencias de cada uno de los países que ha implementado o se encuentra implementando una CSC, y se apuntan los sectores que se consideran, así como el tipo de mediciones que se realizan.

Cabe señalar que, si bien los objetivos de las Cuentas Satélites de Cultura son similares, las metodologías que utiliza cada país pueden ir variando; es decir, se puede comenzar con el desarrollo de ciertos indicadores para varios sectores, o solo con ciertos sectores culturales para varios indicadores –como en el caso de Costa Rica–, hasta llegar a niveles más avanzados, como en Argentina y Colombia. En el Cuadro 3.1 se pueden observar los distintos sectores que abarca cada CSC en relación con el *Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica* del Convenio Andrés Bello y el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco, instrumentos que se utilizan como guías en la construcción de las CSC.

Las CSC revisadas son ejemplo de diferentes grados de profundidad, así como de distintas metodologías de construcción. Esto se debe a que el Sistema de Cuentas Nacionales permite dos tipos de cuenta satélite: una cuenta funcional o una cuenta alternativa.

La primera implica «cierta reordenación de las clasificaciones centrales y la introducción de elementos complementarios que difieren del marco central conceptual», así como de las actividades auxiliares, pero sin alterar la estructura de este (SCN 1993, párrafo 21.45).

El segundo tipo de cuenta satélite se basa sustancialmente en conceptos alternativos a los aplicados en el SCN. Así, puede introducirse una frontera diferente de la producción o conceptos ampliados de consumo y formación de capital; o puede ampliarse el ámbito de los activos, alterar la frontera entre fenómenos económicos y fenómenos naturales –en el sentido en que los cubre el marco central–, o puede situarse los vínculos entre el ingreso y la riqueza en el contexto de un concepto más amplio de la riqueza que incluya los activos naturales, etc. (SCN 1993, párrafo 21.46). Una cuenta satélite alternativa permite ampliar los trabajos de cuentas nacionales y a la vez experimenta con nuevos conceptos y metodologías con un margen de libertad mucho mayor que el análisis funcional (SCN 1993, párrafo 21.47).

Cuadro 3.1.
Sectores culturales incluidos en las Cuentas Satélites de Cultura

Manuales metodológicos		Países con CSC						
MEC (9 sectores)	CAB (12 sectores)	Argentina a/ (12 sectores)	Chile (8 sectores)	Colombia b/ (6 sectores)	Costa Rica (3 sectores)	España (6 sectores)	México (10 sectores)	Uruguay (8 sectores)
Patrimonio cultural y natural	Patrimonio material	Patrimonio material	Patrimonio	...	Museos
	Patrimonio natural	Patrimonio natural						
Patrimonio cultural inmaterial (dominio transversal)	Patrimonio inmaterial	Patrimonio inmaterial	Patrimonio
Libros y prensa	Libros y publicaciones	Libros y publicaciones	Libros y publicaciones	Editorial	Editorial	Libros y prensa	Libros, impresiones y prensa	Libros y publicaciones
Medios audiovisuales e interactivos	Audiovisual	Audiovisual	Audiovisual	Audiovisual	Audiovisual	Audiovisual y multimedia	Medios audiovisuales	Audiovisual
Presentaciones artísticas y celebraciones	Música	Música	Música	Música fonogramada	...	Artes escénicas	Música y conciertos	Música
	Artes escénicas y espectáculos artísticos	Artes escénicas y espectáculos artísticos	Danza		...		Artes escénicas y espectáculos	Artes escénicas
Artes visuales y artesanías	Artes plásticas y visuales	Artes plásticas y visuales	Artes visuales	Artes plásticas d/	Artes plásticas y fotografía	Artes plásticas y visuales
			Fotografía					
			Radio					
Diseño y servicios creativos	Diseño	Diseño	Publicidad c/	...	Diseño y servicios creativos	...
Educación y capacitación (dominio transversal)	Formación cultural	Formación cultural	...	Educación cultural	Patrimonio	Formación cultural
Archivística y preservación (dominio transversal)	Archivos y bibliotecas	...	Bibliotecas y archivos
...	Creación literaria, musical, teatral y audiovisual	Creación literaria, musical, teatral y audiovisual
...	Juegos y juguetería	Juegos y juguetería	...	Actividad de fabricación de juegos y juguetes	Artesanía y juguetes tradicionales	...
Equipamiento y materiales de apoyo (dominio transversal)	Comercio de productos culturales	...
	Gestión pública en actividades culturales	...

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas satélites de los países, el *Manual metodológico* del Convenio Andrés Bello y el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco.

a/ En Argentina la CSC analiza los 12 sectores del CAB. Sin embargo, los resultados no están disponibles por sector sino que solo se dispone de los resultados totales.

b/ En Colombia se estipula analizar los 12 sectores del CAB, no obstante solo están disponibles los resultados para los sectores señalados en la tabla.

c/ Costa Rica considera el sector Publicidad, a diferencia de los manuales del CAB y de la Unesco, que lo consideran como parte del sector Diseño y servicios creativos.

d/ Incluye Diseño.

Desde el año 2006, **Argentina** ha trabajado en el desarrollo de indicadores culturales. En 2007 inició la construcción de su primera Cuenta Satélite de Cultura a través de la Secretaría de Cultura de la Nación y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Su objetivo es dimensionar el impacto económico de la cultura en el país, recopilando información sobre el PIB, el empleo y el comercio exterior cultural, así como sobre el gasto del Gobierno y otros indicadores relevantes.

La CSC argentina, que toma como base el *Manual metodológico* del CAB, dispone actualmente de una serie que comprende los años 2004-2010/2012. Para su elaboración se consideran doce sectores vinculados a la cultura: Creación literaria, musical, teatral, etc.; Artes escénicas; Artes plásticas y visuales; Libros y publicaciones; Audiovisual; Producción y edición musical; Diseño; Juegos y juguetería; Patrimonio material; Patrimonio natural; Patrimonio inmaterial; Formación artística. Sin embargo, los resultados sectoriales no están incluidos en la CSC.

La principal dificultad que se ha percibido en este primer ejercicio es la disponibilidad de información, que ha provocado tanto la subestimación como la sobreestimación de los datos de actividades y productos culturales, respectivamente. Por otro lado, también se advierte que la información resultante de las estimaciones a precios constantes debe tomarse con cautela por la posible existencia de sesgos generados por el alejamiento del año de base, 1993 (Secretaría de Cultura de la Nación, 2012).

En **Chile**, las primeras estimaciones para la Cuenta Satélite de Cultura se realizaron en el año 2005 para tres sectores: Música, Libros y Audiovisual. El estudio fue realizado por una consultora externa y con la ayuda del Instituto Nacional de Estadísticas y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Estas estimaciones se formalizaron en el documento *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile* (2007) que, a través de instrumentos como el censo, la Encuesta CASEN, la Encuesta Nacional Industrial Anual (ENIA) y una encuesta al sector cultural y artístico, calculó el empleo cultural, el VA y el PIB.

Durante el año 2008 se formalizó el proceso de construcción de la CSC, a la que fueron agregados cuatro sectores: Danza, Teatro, Fotografía y Artes visuales. Actualmente se puede acceder a los resultados preliminares del PIB, el empleo y el VAC para el año 2011. No obstante, los trabajos de medición económica del sector cultural en Chile datan del año 2003 con la publicación *El impacto de la cultura en la economía en Chile*, los Anuarios de Cultura y Tiempo Libre, publicados desde el año 2003 y el Marco de Estadísticas Culturales publicado en 2012.

Hoy por hoy, el CNCA realiza diversos esfuerzos para la construcción de una versión oficial y periódica de CSC. De acuerdo con el intercambio formal con los demás países en el marco del trabajo y con la información oficial incorporada en este estudio, el CNCA advierte lo siguiente:

En relación con la construcción de la Cuenta de Satélite de Cultura para Chile, es necesario precisar que tras una evaluación del proceso se ha tomado la decisión de replantear el trabajo realizado, debido a discontinuidades en los desarrollos metodológicos y limitaciones en los estimadores utilizados. Aun así, es necesario recalcar la importancia de haber mantenido este trabajo, pues sirvió de base para fundamentar una serie de otros estudios específicos de economía de la cultura, que han servido de insumo en la toma de decisiones de nuestras autoridades y de los agentes culturales. Entre estos estudios se encuentran la *Evaluación de factibilidad* del programa Vale Cultura, el *Mapeo de las industrias creativas* en Chile y la *Caracterización de los trabajadores de la cultura*, entre otros.

El replanteamiento de la tarea de construir una CSC para Chile nos obliga a evaluar adecuadamente el proyecto en todas sus dimensiones:

- Recursos humanos.
- Recursos financieros.
- Generación de entorno apropiado (mesa técnica de apoyo técnico y político).
- Instancias de transferencia técnica desde unidades especializadas en cuentas nacionales.
- Difusión de resultados.

Desde esta perspectiva comenzamos un nuevo desafío, con la convicción de la necesaria mejora continua de los procesos, para entregar, con el mayor grado de exhaustividad, las cifras que el país requiere en el contexto de la medición económica de la cultura.

Colombia fue uno de los primeros países de la región en implementar una Cuenta Satélite de Cultura. Su primera versión para los años 2000-2007 (con base en 2000) se realizó con una metodología elaborada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Ministerio de Cultura de Colombia. Para su segunda serie, que comprende de 2005 a 2010 (con base en 2005), se actualizó la metodología atendiendo a las recomendaciones del manual del CAB.

En el avance preliminar de resultados de la serie 2005-2010, se incluyeron las cuentas de producción, los balances oferta-utilización (BOU) y los cuadros del gasto y la financiación de las actividades y productos característicos de los segmentos Artes escénicas; Música fonogramada; Audiovisual y editorial; Juegos y juguetería; y Formación artística a precios corrientes. La versión final agregaría cuadros de empleo e indicadores no monetarios, además de los sectores de Creación; Artes plásticas y visuales; Diseño; y Patrimonio material, natural e inmaterial.

La construcción de la Cuenta Satélite de Cultura de **Costa Rica** (CSCCR) se inició en junio de 2011 y se estableció una periodicidad anual. Se define como un sistema de información que permite conocer las características económicas de la cultura costarricense de manera confiable, consistente y continua. La primera publicación de la CSCCR corresponde a resultados preliminares de la serie 2010-2012 (con base en 2011).

En su primera versión se desarrollaron indicadores monetarios y no monetarios como PIB, empleo, importaciones y exportaciones, producción y financiación cultural para tres sectores: Editorial, Audiovisual y Publicidad. Utiliza como base el *Manual metodológico* del CAB, si bien en este último la publicidad figura como parte del consumo intermedio de los sectores Editorial y Audiovisual, y no propiamente como un sector.

En el caso costarricense, uno de los objetivos de la CSC es generar indicadores monetarios y no monetarios que permitan conocer las características económicas de la cultura y a la vez promover el uso de estos indicadores para la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas.

La Cuenta Satélite de la Cultura en **España** (CSCE) es una operación estadística de periodicidad anual cuyo objetivo esencial es proporcionar un sistema de información económica relacionado con la cultura. Fue diseñada como satélite del sistema principal de cuentas nacionales y permite estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española.

La operación se inició en el año 2005 y ya cuenta con dos publicaciones: la serie 2000-2007 (con base en 2000) y la serie 2008-2011 (con base en 2008). La CSCE se aborda fundamentalmente desde el enfoque de la oferta y utiliza como referencia los trabajos relativos a la delimitación del ámbito cultural de Eurostat (European Statistics) y las recomendaciones del MEC y ESSnet.

La CSCE se estructura en seis sectores y siete fases (Cuadro 3.2), y realiza estimaciones de VAB, PIB y empleo, al tiempo que utiliza estadísticas no monetarias de participación y consumo cultural.

Cuadro 3.2.

Sectores y fases culturales de acuerdo con la CSCE

Sectores	Fases
Patrimonio	Creación
Archivos y bibliotecas	Producción
Libros y prensa	Fabricación
Artes plásticas	Difusión y distribución
Artes escénicas	Actividades de promoción y regulación
Audiovisual	Actividades educativas
	Actividades auxiliares

Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura en España: Metodología (base 2008).

Una de las particularidades de la CSCE es que incluye el conjunto de actividades vinculadas a la propiedad intelectual, «cuya delimitación excluye el sector de Patrimonio y las fases de promoción y regulación, así como las educativas, e incorpora los sectores de Informática y Publicidad» (MECD, 2013). Esta delimitación de las actividades vinculadas a la propiedad intelectual es muy cercana a la propuesta de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

La Cuenta Satélite de la Cultura en **México** toma como referencia los marcos de la Unesco, el CAB y la OMPI. Actualmente ofrece resultados preliminares para su primera versión 2008-2011, que se realizó tomando como base el SCN 2008; incluye indicadores tales como el VAB, el consumo intermedio, el PIB, el empleo y los datos no monetarios. Esta medición fue llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Mide diez sectores que corresponden a Música y conciertos; Patrimonio; Artes plásticas y fotografía; Gestión pública en actividades culturales; Artes escénicas; Medios audiovisuales; Libros, impresiones y prensa; Diseño y servicios creativos; Comercio de productos culturales; y Artesanías y juguetes tradicionales.

Durante el año 2009 se realizó un preproyecto de implementación de una Cuenta Satélite de Cultura en **Uruguay** (CSCU), ejecutado por la Universidad de la República. Este trabajo se enmarca dentro del proceso que ha atravesado el país en los últimos años. Desde la década de los noventa, Uruguay ha realizado distintos trabajos provenientes del ámbito de la economía e industria cultural; en este sentido, creó el Departamento de Industrias Creativas (DICREA) y el Sistema de Información Cultural (SIC) que asistió a la Universidad de la República en la elaboración de la CSCU.

Esta versión de CSC se basa en el *Manual metodológico* del CAB y su trabajo se centra en las actividades creativas que se realizan en los sectores culturales, sin abarcar los productos conexos ni los empleos conexos. «Debido a la falta de información y de experiencia en el campo, se desagregó la CSCU y se realizaron las estimaciones en distintas etapas y sectores» (DICREA, Dirección Nacional de Cultural -DNC-, Ministerio de Educación y Cultura -MEC-, 2009), con el fin de adquirir experiencia en este tipo de medición.

Los sectores medidos en esta versión son Artes plásticas y visuales; Libros y publicaciones; Producción y edición de música grabada; Audiovisual; Artes escénicas y espectáculos artísticos; Museos; Bibliotecas y archivos; y Formación cultural.

Las experiencias que se mencionan a continuación corresponden a los países que actualmente están en proceso de implementar CSC o han solicitado asistencia técnica para comenzar las primeras fases de una implementación; es decir, países sobre los que aún no se tienen resultados.

Bolivia. Se encuentra en una fase inicial de implementación, lo que significa el levantamiento de datos, el diagnóstico de la información existente, la actualización de clasificadores y del año base. El Ministerio de Culturas y el INE están trabajando en la implementación de un sistema de información estadística de cultura que serviría como base para el desarrollo de una CSC. Esta cuenta tomaría como base el *Manual metodológico* del CAB, aunque también se encuentra en el marco del convenio de CSC de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Este país también ha manifestado su interés en desarrollar cuentas patrimoniales.

Brasil⁴. De acuerdo con informaciones del Ministério da Cultura, Brasil está trabajando en una cuenta satélite cuyos resultados deberían ser publicados a fines del 2014. Incluiría información sobre las actividades económicas relacionadas con los bienes y servicios culturales, generación de empleo, inversiones y consumo. Este trabajo se está realizando en colaboración con el Instituto Brasileiro de Geografia y Estatística (IBGE), organismo que junto con el Ministério ya ha realizado diferentes ejercicios sobre estadísticas de la cultura, que pueden considerarse una base para la elaboración de una cuenta satélite.

Ecuador. El desarrollo de su CSC comenzó el 2011 (Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral -CIDI-, 2012). Este proceso se lleva a cabo entre el Ministerio de Cultura, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Banco Central (BC) en el marco del programa de armonización de Cuentas Satélite de Cultura de la Comunidad Andina de Naciones. De acuerdo con la información del CIDI, esta cuenta se encuentra en una etapa inicial de recopilación de materiales, adopción del año base del SCN e identificación de las actividades y productos culturales.

Guatemala. La CSC de Guatemala también se encuentra en una etapa inicial. Se está llevando a cabo un proceso de adaptación de los indicadores y clasificaciones del *Manual metodológico* del CAB al contexto nacional. Los encargados de llevar la cuenta son el Ministerio de Cultura y Deporte (MICUDE), el INE y el Banco de Guatemala con asistencia técnica de la CEPAL y la OEI. Se espera tener una estimación del PIB cultural para fines del 2015.

Perú⁵. El Ministerio de Cultura de Perú existe desde el año 2010. Con anterioridad, el sector cultural estaba a cargo del Instituto Nacional de Cultura (INC), por lo ya se cuenta con la experiencia de diversos trabajos en relación con la economía de la cultura. Actualmente existe una serie de iniciativas para la medición de la cultura: se pretende incorporar tal medición al Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) y crear un Sistema de Información de Estadísticas Culturales (SIEC). Otra de las iniciativas es el Sistema de Información de las Artes

⁴ Información correspondiente al Ministério da Cultura: <http://www2.cultura.gov.br/site/2012/09/04/minc-e-ibge-avancam-na-construcao-da-conta-satelite-da-cultura/>.

⁵ Información disponible en <http://www.cultura.gob.pe/es/industriasculturalesartes/artes/infoartes>.

-INFOARTES-, que busca sistematizar los datos e información vinculados a las artes y dinámicas artísticas a través del SIEC. Al mismo tiempo, la iniciativa Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural, apoyada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), busca sistematizar la información sobre la infraestructura cultural. En el marco del programa de armonización de Cuentas Satélites de Cultura de la Comunidad Andina de Naciones, el Ministerio de Cultura está planificando la construcción de una CSC.

Portugal⁶. El país está trabajando en la elaboración de su primera Cuenta Satélite de Cultura en el marco del programa Cultura 2020 (Europa 2020 es una estrategia de crecimiento de la UE). Sus resultados -esperados para el año 2015- se basan en ESSnet, y se consideran diez dominios: Patrimonio; Archivos; Bibliotecas; Artes visuales; Libros e imprenta; Artes de espectáculo; Audiovisual y multimedia; Arquitectura; Publicidad; e Interdisciplinar. Asimismo, se consideran seis funciones: Creación; Producción y publicación; Preservación y conservación; Difusión y *marketing*; Gestión y regulación; y Educación.

República Dominicana. El Ministerio de Cultura (MINC) se encuentra trabajando en una CSC, las primeras estimaciones podrían estar disponibles para fines de 2014 o comienzos de 2015. Esta cuenta se realiza con el apoyo del Banco Central y con la asistencia técnica de la CEPAL, sobre las bases del *Manual metodológico* del CAB, aunque con ciertas adaptaciones a productos característicos del país.

El Salvador. Los encargados de desarrollar una CSC son la Secretaría de Cultura de la Presidencia en común con la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), con la ayuda del Banco Central de la Reserva de El Salvador, además de la asistencia técnica de la CEPAL y la OEI.

3.3. Iniciativas en materia de estadísticas culturales y desarrollo de CSC

A raíz del creciente interés por el estudio económico de la cultura de los países de la región, han surgido distintas iniciativas para impulsar el desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura, así como sistemas estadísticos integrados, confiables y comparables a nivel internacional. A continuación se revisan algunas de las iniciativas que se están llevando a cabo en la región para implementar las cuentas satélite, así como para elaborar estadísticas culturales. Entre los organismos promotores de estas bases destacan el Convenio Andrés Bello, el SICSUR y la OEI, entre otros.

El **Convenio Andrés Bello** comenzó en el año 2005 a elaborar un documento que permitiese ser un insumo para las mediciones presentes y futuras que realicen los países de la región.

⁶ Información disponible en <http://www.gepac.gov.pt/menu-principal/eventos-e-premios/seminarios-workshops-e-conferencias/cultura-2020.aspx>.

No obstante, su manual se centra principalmente en describir y relacionar conceptos; no es un manual de implementación –cuya elaboración será una tarea futura–, sino que responde a recomendaciones metodológicas de acuerdo con el marco central del SCN (CAB, 2009). Este documento se publicó finalmente en 2009 bajo el título de *Cuentas Satélites de Cultura: Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. En este se segmenta el campo cultural en doce sectores, que a su vez se dividen en subsectores (para mayor detalle al respecto, véase el Capítulo 2).

El manual también proporciona los formatos de cuadros de análisis conforme al SCN; directivas para el cálculo del valor agregado, el consumo intermedio y el PIB, y para el análisis del gasto público y el empleo; asimismo asesora sobre cómo trabajar con casos particulares como la producción de no mercado, el trabajo voluntario y las estadísticas no monetarias.

El ámbito de la CSC, tal como se establece en este documento, si bien es relativamente amplio y corresponde a las recomendaciones de la Unesco, no es del todo exhaustivo, deja fuera algunas áreas como el deporte y el turismo, que están incluidas como áreas conexas en el MEC (CAB, 2009). A la vez, este manual da ciertas flexibilidades para la incorporación de otras clasificaciones que los países crean pertinentes. Algunos de los países que han realizado sus CSC basándose en este manual son Argentina, Colombia (serie 2005-2010), Costa Rica, México y Uruguay.

Otra iniciativa relevante es el **SICSUR** (Sistema de Información Cultural del Sur), establecido en el año 2009 en Quito durante el IV Seminario de Sistemas de Información del Mercosur⁷. En él participaron diez países de América del Sur: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

El SICSUR se compone de diferentes secciones de relevamiento, medición y procesamiento de información: estadísticas culturales, mapa cultural, comercio exterior, legislación, documentos y publicaciones. Según palabras del organismo, «al mismo tiempo busca mejorar el trazado de la política cultural, resolver consultas ciudadanas y de gestores culturales, proveer de fuentes de información a investigadores y estudiantes, y promover el diálogo entre agencias estatales, organizaciones sociales y culturales» (SICSUR, Enclave cultural 1, 2011).

En 2006, sobre el compromiso de avanzar conjuntamente en la constitución de Cuentas Satélites de Cultura, se publicó el documento *Cuenta Satélite de Cultura: primeros pasos hacia su construcción*⁸. En él se estima el PIB y el VA, el gasto público cultural (presupuesto) y el comercio exterior (solo de bienes) para siete economías: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

⁷ Previo a este sistema, las estadísticas culturales de Mercosur se encontraban a cargo del Mercosur Cultural.

⁸ Esta publicación es previa al establecimiento del SICSUR, pero se presenta acorde a la agenda cultural del Mercosur.

Para realizar esta estimación se tomaron como base las actividades pertenecientes a los grupos 22 (Actividades de edición, impresión y reproducción de grabaciones) y 92 (Actividades de esparcimiento, culturales y deportivas). Estos códigos de actividad pertenecen a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme Revisión 3 (CIIU Rev. 3). Con tales datos se produce una serie para los años 2000-2005, lo que permite obtener un primer panorama regional acerca del peso de la cultura en las actividades nacionales.

Otra de las organizaciones constituidas para el estudio de la cultura es el **OIBC** (Observatorio Iberoamericano de Cultura), perteneciente a la **OEI**. El OIBC es una plataforma compartida de difusión e intercambio de información para el sector cultural de los países de la región. Una de las funciones del Observatorio consiste en contribuir a la definición de metodologías coordinadas entre los países sobre información cultural e indicadores de interés común y apoyar el proceso de elaboración de CSC.

El proyecto del OIBC en materia de CSC se centra en el análisis del aporte de la cultura al desarrollo económico. Actualmente mantiene convenios para la elaboración de CSC con Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, la República Dominicana y los países de la CAN (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).

Dentro del OIBC, se establece la Red de Cuentas Satélites de Cultura (RedCSC) que se define como un «espacio de intercambio de experiencias, reflexión y retroalimentación de los ejercicios de implementación de las Cuentas Satélites de Cultura entre los países de América Latina, España y los Organismos de Cooperación». Esta Red estará alojada en el Observatorio de Cultura y Economía del Ministerio de Cultura de Colombia y el CAB.

Los objetivos específicos de la RedCSC son⁹:

- Generar espacios de reflexión e intercambio de conocimiento para la identificación de las relaciones, los actores y las dinámicas del sector cultural que permitan un mejor reconocimiento del campo cultural.
- Promover el intercambio de experiencias entre los países y organismos para el fortalecimiento de las CSC y los sistemas de información cultural.
- Impulsar el desarrollo de investigaciones que promuevan la valoración de sectores y temas culturales específicos, por ejemplo: el *Manual de patrimonio*, el *Manual de cultura digital* y el *Manual de economía informal en la cultura*.

Durante el año 2013, en la **Comunidad Andina de Naciones** (CAN), según el Capítulo III del Acuerdo y las recomendaciones emanadas de la Tercera Reunión sobre Cuentas Satélites y

⁹ Información disponible en http://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Convenio-Andr%C3%A9s-Bello_Presentaci%C3%B3n-Red-CSC.pdf.

Sistemas de Información Cultural, surge la Propuesta 284/Rev. 1 de la Secretaría General, que establece la Decisión 782 referida al Programa de Armonización de Estadísticas y Cuentas Satélites de la Cultura, el cual está «destinado principalmente a atender los requerimientos del proceso de integración y a coadyuvar al mejoramiento de los métodos y técnicas de planificación utilizados en el ámbito cultural andino».

Este programa busca establecer el desarrollo de una estrategia coherente, que garantice la disponibilidad de indicadores culturales completos, a partir de la armonización de las estadísticas culturales actuales de los países miembros en el ámbito laboral. Para el logro de dicha tarea se hace necesario establecer bases metodológicas armonizadas e iniciar un proceso de adopción de las recomendaciones internacionales en este campo, que corresponden al *Manual metodológico* del CAB y el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (MEC).

De forma complementaria es necesario que los países cuenten con una infraestructura mínima de información del sector; para ello se establecen una serie acciones conjuntas de cooperación y asistencia técnica, como las siguientes: «intercambio y capacitación de personal técnico; asesoramiento a los organismos nacionales competentes; reuniones periódicas para intercambiar experiencias, y trabajo en conjunto con los expertos regionales».

El **Marco de Estadísticas Culturales** de la Unesco (MEC) fue desarrollado en conjunto por el Instituto de Estadística de la Unesco (UIS, por sus siglas en inglés) y el sector de Cultura de la organización. Su primera versión corresponde al año 1986 y la segunda a 2009. En esta última se incorporan «las nuevas tecnologías, el patrimonio inmaterial y las prácticas y políticas culturales».

El MEC no tiene como fin la construcción de CSC, sino la elaboración de estadísticas culturales; su objetivo es facilitar las comparaciones internacionales, la utilización de definiciones estandarizadas y clasificaciones económicas y sociales de carácter internacional. Sin embargo, ha sido explícitamente diseñado basándose en «criterios de flexibilidad y adaptabilidad a nivel nacional»; este criterio es relevante al considerar que las clasificaciones utilizadas en cada país no son necesariamente las propuestas por el MEC, y que las capacidades de cada país en materia de estadísticas culturales disponibles varían.

Así como el MEC, existen otros marcos de estadísticas culturales ya mencionados en Canadá, Chile y Australia, además de los propuestos por Nueva Zelanda y el Eurostat.

El marco de la **OCDE**, llamado *Medición internacional de la importancia social y económica de la cultura* y publicado en 2007 por John Gordon y Helen Beilby-Orrin, resalta la posibilidad de utilizar cuentas satélites considerando la utilidad del SCN como instrumento para clasificar las actividades económicas. Una de sus recomendaciones es la de crear un grupo de expertos que promueva y desarrolle la idea de CSC. Del mismo modo, proponen la creación de un manual metodológico que permita un acercamiento estandarizado para el sector cultural. Por las difi-

cultades propias del sector, identifican como desafíos principales la medición de las actividades voluntarias que no son consideradas en el SCN y la de las actividades culturales en industrias no culturales.

Su propuesta para la construcción de CSC se basa en cinco capas de información. La primera capa proporcionaría una visión general de las actividades culturales mediante diferentes tipos de indicadores de actividad cultural; la segunda ofrecería una cuantificación de las diferentes actividades culturales (número de productos, empleados, consumidores); la tercera proveería una caracterización de los componentes individuales de la actividad cultural –en esta capa los valores de las capas 1 y 2 se desagregarían–; la cuarta capa mostraría un análisis especializado; finalmente, la quinta ofrecería información estratégica para efectos de planificación.

3.4. Recomendaciones para la construcción de CSC

Cada una de las iniciativas mencionadas establece como objetivo avanzar en conjunto hacia la construcción de Cuentas Satélites de Cultura o de sistemas estadísticos culturales comparables, de forma que permitan conocer el valor de la cultura en la región. Sin embargo, y en parte por las características propias del sector cultural, aún no se ha logrado desarrollar una iniciativa que logre contener a todos los países de la región.

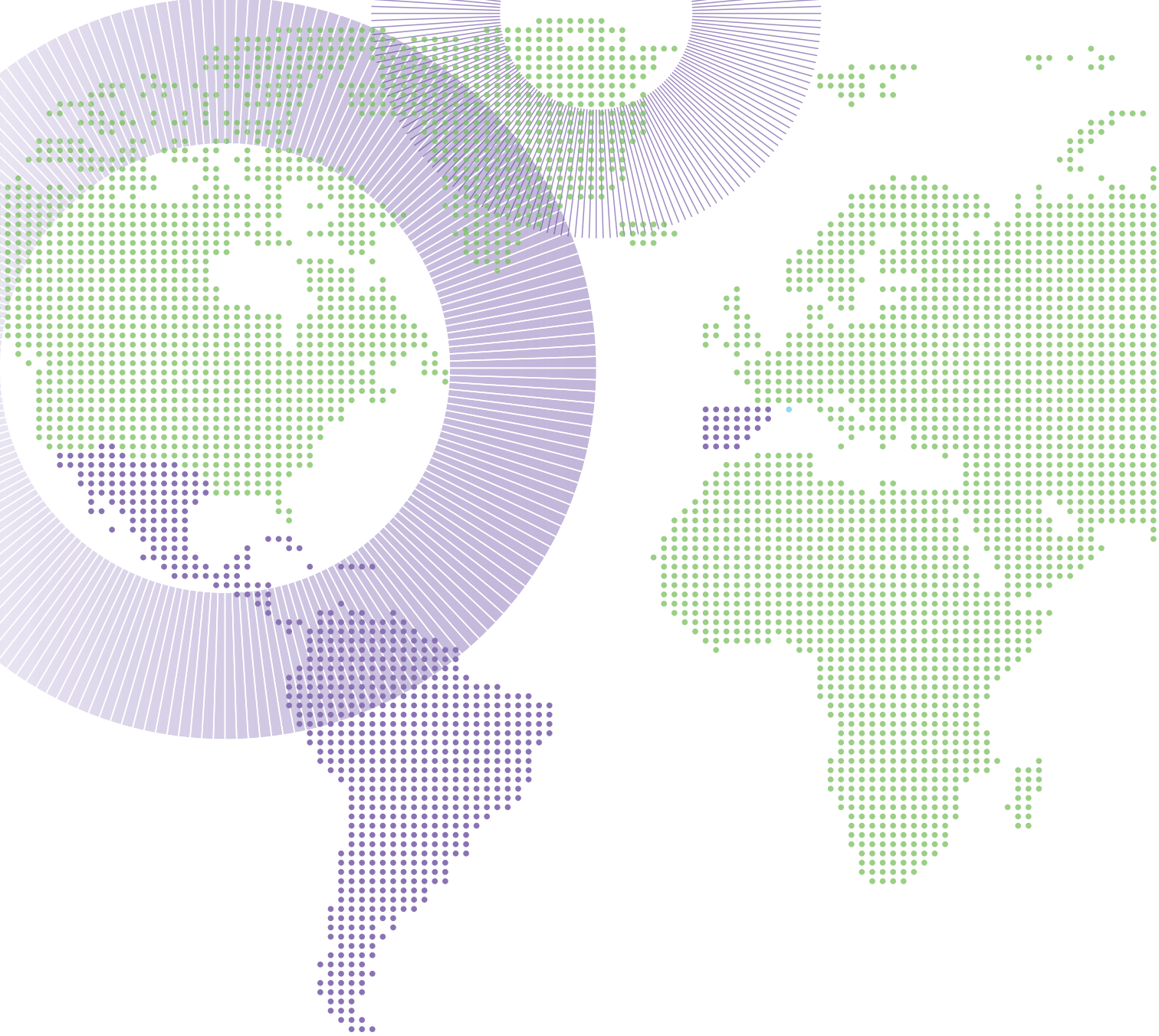
Uno de los principales problemas en el desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura tiene que ver con las limitaciones en el acceso a información estadística en cada país, lo que obstaculiza la construcción de instrumentos comparables a nivel internacional. Las CSC, así como los sistemas de información cultural, se han construido basándose en las estadísticas disponibles, que en este sector no suelen ser muchas. En esta línea, uno de los principales esfuerzos que deberían realizar los países es el de actualizar sus sistemas estadísticos culturales. Sería necesario fortalecer las estadísticas básicas y los años base de las cuentas nacionales (que en algunos casos pueden tener más de treinta años). A la vez, los países tendrían que actualizar sus clasificaciones para poder realizar las desagregaciones pertinentes para la medición del sector.

Otra de las dificultades deriva de la fuerte relación del sector con otros ámbitos de la economía –a veces muy difíciles de delimitar–, de la ausencia de información o de la difícil correspondencia con determinadas clasificaciones (MECD, 2013). En ese sentido, es importante el trabajo de delimitación conceptual y práctica de las industrias culturales, especialmente en aquellas en las que solo una parte corresponde a producción cultural. No obstante, estos datos no siempre están disponibles por causa de la falta de desagregación de los clasificadores.

De la información disponible, algunas cuentas o marcos hacen hincapié en el sector artístico y cultural, mientras que otros acentúan las industrias creativas (NEA, 2013). Si bien «no hay un

modelo correcto de las industrias creativas, hay simplemente diferentes formas de interpretar las características estructurales de la producción creativa» (UNCTAD, 2010), el desafío es preservar y respetar las particularidades de cada cultura y las cualidades propias de otras culturas manteniendo una estandarización de las mediciones.

Otra de las críticas que se realiza a los estudios actuales es la carencia de bases teóricas. Uruguay hace hincapié en la necesidad de una base académica, ya que de lo contrario puede haber problemas para la delimitación de las actividades culturales. En ese sentido, se hace necesaria la construcción de un marco global –o de un acuerdo con alguno de los ya existentes–, que se adapte a las necesidades y particularidades de cada país sin perder la capacidad de comparación. Para esto, se debe trabajar en conjunto, compartiendo las experiencias relevantes.



EL EMPLEO Y LAS OCUPACIONES CULTURALES EN IBEROAMÉRICA

En las últimas décadas se ha comenzado a entender y a reconocer la cultura como una actividad productiva que aporta, promueve y sostiene el desarrollo de los países en diferentes áreas. En ese sentido, aunque es innegable la presencia de la actividad cultural en distintos ámbitos del quehacer diario del ser humano y de la sociedad, existen dificultades, ya sean analíticas o empíricas, para dar cuenta de la relevancia y el peso que tiene la cultura respecto de otros fenómenos y procesos económicos sociales.

Una de las aproximaciones metodológicas que mejor posibilitan la valoración de las actividades culturales –principalmente mediante la medición del peso del aporte que realiza la cultura a la generación de riqueza material–, son las Cuentas Satélites de Cultura (CSC), cuyos antecedentes, relevancia, metodologías y proyecciones han sido analizados en el Capítulo 3. En concreto, estas permiten –complementariamente a los Sistemas de Cuentas Nacionales (SCN)– disponer de información para dar noticia de una panorámica de las actividades, productos y servicios que participan en diversas etapas del «ciclo cultural» (véase el Capítulo 2). De esta manera, con la recolección, cotejo y cruce de información, permiten determinar el volumen de riquezas generadas por la actividad cultural y la importancia que tiene esta en el producto interior bruto total de cada sociedad.

No obstante, el grado de madurez y el avance que ha alcanzado este tipo de sistemas de información en los países iberoamericanos y la disponibilidad de estas estadísticas de forma pública a nivel regional son insuficientes. Una gran desventaja es la falta de actualización y regularidad de los datos para analizar la evolución económica de las actividades características de la cultura, lo cual dificulta la obtención de información que permita realizar un balance regional de la actividad económica cultural con estadísticas armonizadas en términos conceptuales y metodológicos, que faciliten la comparación dentro de la región en distintos momentos.

Dichas dificultades se multiplican al analizar el empleo en actividades características de la cultura con la información que recolectan las Cuentas Satélites de Cultura, ya que usan diferentes instrumentos y fuentes de información, ofrecen distintas aproximaciones conceptuales y metodológicas, existe diversidad en los dominios y sectores incluidos y es variable el grado de disponibilidad pública de estos resultados. Por tales motivos, es menester buscar otras fuentes

para recopilar información que sirva para el análisis de la significación de las actividades características de la cultura en las economías iberoamericanas.

4.1. La medición del empleo en actividades del sector cultural

Desde diversos puntos de vista, el empleo representa un papel fundamental para el desarrollo de las sociedades tanto en el plano económico como en el social. Su relevancia abarca desde aspectos tales como la mejora del bienestar de los individuos –al permitir el acceso a una serie de beneficios sociales–, hasta la perspectiva más clásica de su aporte al crecimiento, al fortalecimiento de los mercados internos y de otros ámbitos del desarrollo de los países. Su análisis permite no solo ilustrar la importancia que en distintas sociedades alcanzan las actividades productivas específicas, o aquellas que se encuentran relacionadas con las primeras, sino que también posibilita dar cuenta del nivel de movilización de los diversos agentes –ya sean estatales, privados u organizaciones sin fines de lucro– en torno a diferentes ciclos de actividad productiva como la elaboración, distribución y consumo de bienes y servicios asociados al sector escogido.

Si bien lo anterior es aplicable al análisis del empleo en el sector cultural, su medición requiere hacer modificaciones a la aproximación tradicional utilizada en otras áreas económicas. Esto se debe a la fuerte relación que existe entre este sector y otros de la economía, así como a las variadas formas que puede adquirir, lo cual resulta ser una de las principales dificultades para analizar el empleo cultural. Una relación tan compleja puede ser ejemplificada al constatar que una actividad característica de la cultura necesita de la producción de bienes y/o servicios provenientes de sectores que no necesariamente tienen relación con la cultura. Los límites entre actividades culturales y no culturales suelen ser difusos, por lo que no resulta fácil incluir a las primeras en un sistema de clasificación único, principalmente porque se trata de actividades que suelen ser creativas, pero para cuya producción se precisa de actividades no necesariamente culturales. Por el mismo motivo, pueden mostrar un dinamismo económico distinto a las actividades con las que se interconectan.

En términos empíricos también existen inconvenientes en la medición de la significación de las actividades culturales debido a las dificultades para identificar con claridad cuáles son actividades netamente culturales, cuáles son actividades directamente relacionadas y cuáles solo están indirectamente vinculadas con la actividad cultural¹. Otro tipo de obstáculos para la medición del empleo del sector cultural están asociados con los instrumentos de recolección de la información, ya que la capacidad de recopilar y difundir estadísticas culturales depende de la importancia asignada por los países a la promoción y medición de la cultura desde el punto de

¹ Esto es similar a lo que ocurre en las mediciones de las industrias protegidas por el derecho de autor, con sus limitaciones prácticas para distinguir entre las industrias que dependen principalmente de derechos de autor, las industrias interdependientes, las industrias que dependen parcialmente y las industrias de apoyo (véase el Capítulo 1).

vista de las prioridades políticas, estadísticas y económicas. También se enfrentan trabas a la hora de efectuar comparaciones entre países, ya que lo que consideran operativamente como «empleo cultural» puede variar sustantivamente (tanto en cantidad de sectores culturales como en el grado de inclusión de actividades de apoyo).

Con el objetivo de hacer frente a dichas dificultades, el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (MEC) busca la comparabilidad internacional de los datos referentes a actividades culturales y el fortalecimiento de las fuentes ya existentes, de modo que permitan medir la cultura y su relación con otros sectores económicos y evaluar la contribución económica y social de este sector. Además de definir las actividades características de la cultura («Dominios culturales»), el Marco establece un conjunto de actividades auxiliares o de apoyo de este sector (también definidas como «Dominios transversales»), que si bien no son productoras directas de cultura, proveen de materiales y actividades necesarios para el conjunto del «ciclo cultural». Sería el caso de la educación y la capacitación. Por otra parte, define los denominados «Dominios relacionados», que se refieren a aquellas actividades clasificadas como parcialmente culturales y que se encuentran asociadas con actividades de recreo que no son estrictamente culturales.

Cuadro 4.1.

Iberoamérica (catorce países): Encuestas de hogares procesadas para obtener datos de empleo cultural

	Nombre de la encuesta	Periodo de aplicación	Organismo ejecutor
Argentina a/	Encuesta Permanente de Hogares (continua)	Año 2011	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)
Bolivia, Est. Plur. de	Encuesta Continua de Hogares	Año 2009	Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
Brasil	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios	Septiembre de 2012	Instituto Brasileiro de Geografia e Estadística (IBGE)
Chile	Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN)	De octubre de 2011 a enero de 2012	Departamento de Economía de la Universidad de Chile
Colombia	Gran Encuesta Integrada de Hogares	Año 2012	Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Costa Rica	Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG)	Julio de 2011	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Ecuador	Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo en el Área Urbana y Rural	Diciembre de 2012	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
El Salvador	Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples	Año 2012	Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC)
Honduras	Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples	Mayo de 2010	Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
Nicaragua	Encuesta Nacional de Hogares sobre la Medición de Niveles de Vida	De septiembre a noviembre de 2009	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Panamá	Encuesta de Hogares	Agosto de 2011	Dirección de Estadísticas y Censo (DEC)
Paraguay	Encuesta Permanente de Hogares	De octubre a diciembre de 2011	Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos (DGEEC)
Perú	Encuesta Nacional de Hogares- Condiciones de Vida y Pobreza	De enero a diciembre de 2012	Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
Uruguay	Encuesta Continua de Hogares	Año 2011	Instituto Nacional de Estadística (INE)

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG).

a/ Zonas urbanas.

Las correspondencias definidas por el MEC permiten aislar la significación de las actividades productivas culturales en la economía a partir de los actuales instrumentos para recopilar datos sobre estadísticas culturales. Su análisis se basa en el uso de clasificadores internacionales para facilitar la medición de la dimensión económica de la cultura e identificar tanto las industrias o actividades culturales productivas como también aquellas ocupaciones netamente culturales. El presente capítulo utiliza esta perspectiva y se centra en el análisis de las encuestas de hogares provistas por los países a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de las Naciones Unidas (véase Cuadro 4.1 para información de las encuestas procesadas), siguiendo las directrices del MEC 2009. Este clasifica el empleo en actividades productivas culturales basándose en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU 4, 2004), para la medición de la significación de la cultura en la actividad económica, y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO 4, 2008), para revelar información sobre ocupaciones y oficios culturales.

En ese sentido, los resultados aquí expuestos se refieren al análisis de las encuestas de hogares² disponibles en consonancia con las correspondencias realizadas entre la CIIU Rev. 4 y la clasificación que los países han implementado. Estas se refieren a CIIU Rev. 4, CIIU Rev. 3, SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte) y a adaptaciones de los países (se puede conocer mayores detalles de los clasificadores y correspondencias en el anexo metodológico incluido en la versión electrónica de este documento). También se utilizaron las correspondencias de las ocupaciones y oficios culturales de la CIUO 2008 y los clasificadores implementados por los países (CIUO Rev. 4, CIUO Rev. 3 y adaptaciones de países).

4.2. El empleo cultural

La relación entre cultura y empleo es compleja por el dinamismo, la intensidad o la significación para la economía que la cultura posee como actividad productiva. El empleo cultural está referido a aquellas actividades que se encuentran ligadas al proceso creativo tienen que ver con la producción, distribución y preservación de este tipo de bienes y servicios, es decir, con aquellas actividades formales o informales que se encuentren vinculadas al denominado «ciclo cultural». Operativamente, el empleo cultural comprende aquellas ocupaciones que, ejecutadas como empleador, como asalariado o por cuenta propia, se encuentran dedicadas a la conservación del patrimonio cultural y natural (museos y sitios arqueológicos e históricos, entre

² Con el objetivo de representar de manera correcta y precisa el empleo cultural en los diferentes países de la región se han utilizado aquellas encuestas de hogares cuyos clasificadores de actividades productivas (CIIU o clasificadores homologables) se detallan a cuatro o más dígitos. En razón de esto, se han descartado las encuestas de Guatemala, la República Dominicana y Venezuela. Con respecto a México, los datos no se utilizaron debido a diferencias importantes con los datos oficiales, así como también por el tipo de encuesta (Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares -ENIGH-) y por los reducidos tamaños de las muestras tomadas para la definición de dominios culturales.

otros); las presentaciones artísticas y celebraciones (artes escénicas, música o festivales que reúnen este tipo de actividades); las artes visuales y la artesanía (arte, fotografía y artesanías); la producción de libros y prensa (bibliotecas, ferias de libros o la impresión de libros, prensa u otros materiales); la producción en medios audiovisuales e interactivos; los servicios creativos y de diseño (diseño gráfico, paisajismo o publicidad, entre otros), y la educación artística, que transmite habilidades culturales. Todas ellas se entienden como actividades nucleares o características de la cultura.

La gravitación a nivel regional del empleo en actividades culturales ascendía, en 2012, a aproximadamente a 2,3 millones de personas en los catorce países de los que se dispuso de información, lo que representa un 1,4 % del empleo total (véase el Cuadro 4.2 A). Si se analiza respecto al total del empleo cultural de la región, la mayor proporción de personas se encontraban ocupadas en actividades de los dominios asociados con las presentaciones y celebraciones (26%), el diseño y los servicios creativos (23,1%) y los medios visuales e interactivos (20,3%). Aquellas actividades productivas vinculadas con las artes visuales y artesanías, así como con el patrimonio cultural y natural, representaban una baja proporción en cuanto a los ocupados, con un 7,1% y un 3,5% respectivamente. En lo que a educación cultural se refiere, esta representa solo 0,1% del empleo cultural a nivel regional.

En el caso de España (véase Cuadro 4.2 B), el mayor número de trabajadores en empleo cultural se concentra en otras actividades económicas de este sector con 133 500 personas (28,1% del total del empleo cultural). Las actividades vinculadas al diseño, la creación, lo artístico y la producción de espectáculos representaron un 21,4% de las actividades culturales españolas (101 500 personas). Entre las actividades que mostraban una gravitación menor a 10 % del empleo cultural se encuentran las vinculadas a bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales (7,2%), así como las de edición de libros, periódicos y otras actividades relacionadas (9,8%).

Cuadro 4.2.

Iberoamérica (catorce países): Empleo en actividades características de la cultura, clasificado según dominios culturales a nivel regional, alrededor de 2012

(En miles de personas y porcentajes)

A. América Latina (catorce países) a/

	Miles de Personas	Porcentaje respecto del empleo cultural	Porcentaje respecto del empleo total
Patrimonio cultural y natural	82,4	3,5	0,05
Presentaciones y celebraciones	608,2	26,0	0,35
Artes visuales y artesanías	167,3	7,1	0,10
Libros y prensas	464,4	19,8	0,27
Medios visuales e interactivos	475,7	20,3	0,28
Diseño y servicios creativos	541,1	23,1	0,31
Educación cultural	2,6	0,1	0,00
Total	2341,7	100,0	1,37

B. España b/

	Miles de Personas	Porcentaje respecto del empleo cultural
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales	34,2	7,2
Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	46,4	9,8
Actividades cinematográficas, de video, radio y televisión	70	14,7
Otras actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	101,5	21,4
Artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	89,8	18,9
Otras actividades económicas c/	133,5	28,1
Total	475,4	100

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Los resultados por dominios culturales solo se presentan para el agregado regional de catorce países, ya que los relativamente reducidos tamaños muestrales, en cada país, pueden generar estimaciones inestables en el tiempo.

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. Sistema CULTURABase (<http://www.mcu.es/culturabase>). Para más detalles, véase el Recuadro 4.1.

b/ Los dominios culturales de España no se incorporan en el Cuadro A debido a que no fue posible homologar los sectores.

c/ Otras actividades económicas referidas a fabricación de productos electrónicos de consumo, fabricación de soportes magnéticos y ópticos, actividades de radiodifusión, actividades de programación y emisión de televisión, actividades de diseño especializado y actividades de fotografía.

Por otra parte, al empleo en actividades culturales³ se le puede añadir un 0,7 %, correspondiente a las personas ocupadas en actividades auxiliares de la cultura (1,2 millones de personas alrededor de 2012), y un 1,3 % correspondiente a las actividades relacionadas con la cultura, específicamente deporte y recreación, y turismo⁴ (unos 2,3 millones de personas). En total, este tipo de actividades (características, auxiliares y relacionadas con la cultura) significan aproxi-

³ Considerando los totales a nivel regional; sin considerar el empleo cultural de España debido a la dificultad de homologar los sectores culturales que se miden.

⁴ En ocasiones las encuestas no permitieron distinguir claramente transporte turístico del no turístico, particularmente el marítimo, por lo que las cifras podrían implicar una sobreestimación del sector.

madamente 5,8 millones de puestos de trabajo, lo que representa una cifra cercana al 3,5 % del empleo total de la región.

Debido a su tamaño, Brasil concentra la mayor cantidad de personas ocupadas en actividades características de la cultura, con aproximadamente 1,2 millones de personas dedicadas a este tipo de actividades productivas. Argentina es el segundo país con la mayor cantidad de personas empleadas en actividades características de la cultura (poco menos de 400 000), seguida de Colombia y Perú. En los restantes países, el volumen de ocupados es inferior a 100 000 personas. En el extremo más bajo se encuentran El Salvador, Nicaragua, Panamá y Paraguay, con menos de 30 000 ocupados en actividades características de la cultura.

Recuadro 4.1.

Estadísticas de empleo cultural y Cuentas Satélites de Cultura en Colombia y España

Colombia

Por sugerencia de los expertos en el tema de empleo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se trabaja en la Matriz de Empleo Cultural, en la cual se presentan los datos del empleo equivalente a tiempo completo de la totalidad de los sectores del campo cultural. No se desagrega esta información por sector porque la Gran Encuesta Integradas de Hogares, que es la fuente general de información, no permite obtener datos consistentes con tal detalle de discriminación. Existe además una investigación realizada por la Dirección de Metodología y Producción Estadística del DANE en colaboración con la Unesco sobre empleo cultural, que se debe validar con respecto a los resultados de la CSC.

Desde la perspectiva de la Cuenta Satélite de Cultura, la clasificación utilizada en el presente estudio incluye descripciones que no están consideradas en el campo cultural establecido por la CSC de Colombia, como los «dominios relacionados y actividades auxiliares».

España

La Cuenta Satélite de Cultura de España (CSCE) cuenta con dos publicaciones; la primera, sobre la serie 2000-2007 utiliza la base 2000 del Sistema de Cuentas Nacionales; la siguiente, sobre la serie 2008-2011, utiliza la base 2008 del mismo sistema. Las estadísticas de empleo asociadas a la CSCE solo están disponibles, por el momento, para la base 2000 de cuentas nacionales.

Para una correcta interpretación de las cifras de empleo que se incluyen en el presente estudio ha de tenerse en cuenta que pueden realizarse distintas aproximaciones estadísticas.

El concepto de empleo proporcionado por la Cuenta Satélite de Cultura en España (CSCE) es el de «empleo equivalente», que de acuerdo con la metodología de la contabilidad nacional de España se corresponde con puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo en el territorio económico

español. Al tratarse de puestos de trabajo, una misma persona puede ser contabilizada tantas veces como puestos de trabajo ocupe en una actividad principal o secundaria, en jornada a tiempo completo o parcial, ya que se estima su equivalente a tiempo completo. Este concepto difiere del utilizado en la Encuesta de Población Activa (EPA).

El concepto de empleo utilizado en la EPA, que es el que se refleja en el área de empleo cultural de CULTURABase y del Anuario de Estadísticas Culturales, cuyas cifras se publican aquí, contabiliza las personas ocupadas residentes en España, trabajen en el interior o en el exterior del país, no los puestos de trabajo. La explotación de la EPA en el ámbito cultural se realiza considerando el criterio conjunto de ocupaciones y actividades económicas.

Además de las diferencias de concepto entre ambas fuentes, ha de considerarse que el desglose disponible en la EPA, si bien ofrece características personales tales como sexo, edad, nivel de estudios, etc., que no pueden ser obtenidas de la CSCE, no permite reflejar todas las actividades consideradas en la CSCE. En este sentido, debe destacarse la imposibilidad de considerar en la explotación EPA actividades como el comercio o la Administración pública.

Fuente: Respuestas enviadas por los respectivos países ante la petición formal de OEI-CEPAL para la revisión de las estadísticas recogidas y producidas.

Al realizar el análisis en términos relativos, se aprecia una alta heterogeneidad en la gravitación de los empleos culturales en los distintos países. Por un lado, países como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, España, Panamá y Uruguay presentaban en torno a 2012 cifras superiores al 1% en cuanto a actividades características de la cultura (véase el Gráfico 4.1). En el otro extremo, Nicaragua y Ecuador se caracterizaban por cifras de 0,7% y 0,8% respectivamente en relación con el total de empleos.

Cuadro 4.3.

Iberoamérica (quince países): Empleo en actividades características de la cultura, actividades auxiliares y actividades relacionadas con la cultura, alrededor de 2012

(En miles de personas y porcentajes)

	Año	Empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura						Actividades relacionadas con la cultura	
		Empleo cultural		Actividades auxiliares de la cultura		Subtotal			
		Miles de personas	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes
Argentina a/	2011	395,1	3,7	25,6	0,2	420,7	3,9	259,8	2,4
Bolivia, Est. Plur. de	2009	65,8	1,4	21,3	0,5	87,1	1,9	32,5	0,7
Brasil	2012	1192,0	1,3	871,1	0,9	2063,1	2,2	1146,4	1,2
Chile b/	2011	87,6	1,3	44,5	0,7	132,1	2,0	148,0	2,2
Colombia	2012	204,3	1,0	51,4	0,3	255,6	1,3	137,4	0,7
Costa Rica	2011	35,3	1,8	30,1	1,5	65,4	3,3	43,0	2,2
Ecuador	2012	53,0	0,8	27,3	0,4	80,3	1,2	69,5	1,1
El Salvador	2012	25,0	1,0	29,7	1,1	54,7	2,1	22,7	0,9
España c/	2013	475,4	2,8
Honduras	2010	31,7	1,0	4,4	0,1	36,1	1,2	41,2	1,3
Nicaragua	2009	15,7	0,7	3,6	0,2	19,3	0,9	19,2	0,9
Panamá	2011	17,3	1,2	14,2	0,9	31,5	2,1	37,7	2,5
Paraguay	2010	27,7	1,0	13,1	0,5	40,8	1,5	37,7	1,3
Perú	2011	148,7	1,0	93,4	0,6	242,1	1,6	185,4	1,2
Uruguay	2011	42,4	2,6	12,7	0,8	55,1	3,4	38,6	2,4
Iberoamérica (promedio simple) d/		2341,7	1,41	1242,2	0,62	3583,9	2,03	2218,9	1,50
Iberoamérica (promedio ponderado) d/			1,37		0,70		2,06		1,27

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países. Para el caso de España, la información fue obtenida del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2013) y, específicamente, del sistema CULTURABase disponible en <http://www.mcu.es/culturabase>: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Población Activa (EPA).

a/ Zonas urbanas.

b/ Los datos de Chile presentan diferencias con los estudios realizados por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), aun considerando los mismos códigos de actividades (CIU Rev. 3). Lo anterior se produce debido a que las bases de datos utilizadas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) consideran ajustes para establecer una comparación a nivel regional, por lo que presentan leves diferencias con las bases procesadas por el CNCA. La diferencia presentada entre ambos procedimientos suma 9702 casos; la mayor diferencia se presenta en el dominio relacionado de deportes y recreación con 6486 casos menos.

c/ Los datos de empleo cultural de España provienen de la explotación de la Encuesta de Población Activa (EPA), que considera la población ocupada residente en España, trabaje o no en el interior del país. Los dominios abarcados corresponden a actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales; edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales; actividades cinematográficas, de video, radio y televisión; otras actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos; artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales; y otras actividades económicas. Además, la EPA no permite reflejar todas las actividades consideradas en la CSCE. Información disponible en <http://www.mcu.es/culturabase/pdf/metodologiaT1CP1C.pdf>.

d/ Los totales regionales no contabilizan el volumen de empleo cultural de España.

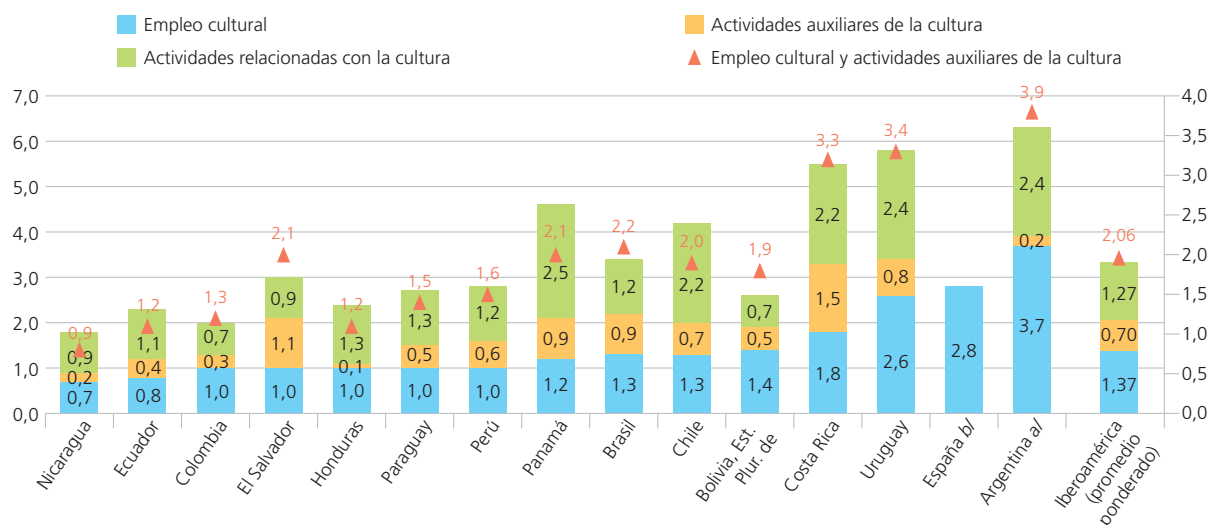
Por otra parte, aquellos países que exhiben un mayor peso del empleo cultural también registran las mayores cifras de empleo en actividades relacionadas con la cultura. Por ejemplo, en Argentina y Uruguay las actividades relacionadas con la cultura concentran alrededor de 2,4 % del empleo total, lo que contrasta con Colombia (0,7 %), Ecuador (1,1 %) y Nicaragua (0,9 %).

Como contrapunto, el empleo en actividades auxiliares de la cultura no presenta una tendencia única: en países que muestran un porcentaje mayor de empleos culturales, como Argentina, solo el 0,2 % de los ocupados se clasificaron en actividades de este tipo; el caso contrario es El Salvador, cuyo nivel de empleo en actividades auxiliares de la cultura (1,1 %) es similar al del empleo cultural (1 %).

Gráfico 4.1.

Iberoamérica (quince países): Gravitación del empleo cultural, actividades auxiliares y actividades relacionadas con la cultura, alrededor de 2012

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

b/ Los datos de empleo cultural de España provienen de la explotación de la Encuesta de Población Activa (EPA), que considera la población ocupada residente en España, trabaje o no en el interior del país. Los dominios abarcados corresponden a actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales; edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales; actividades cinematográficas, de video, radio y televisión; otras actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos; artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales; y otras actividades económicas. Además, la EPA permite reflejar la totalidad de actividades consideradas en la CSCE. Información disponible en <http://www.mcu.es/culturabase/pdf/metodologiaT1CP1C.pdf>.

Al comparar los datos presentados anteriormente con los provenientes de las Cuentas Satélites de Cultura de los países que presentan este sistema de información⁵ (véase el Cuadro 4.4), es posible apreciar algunas diferencias con las estimaciones efectuadas con las encuestas de hogares mencionadas respecto al volumen del empleo cultural. Por ejemplo, en Argentina la Cuenta Satélite de la Cultura estima un porcentaje inferior (2,9%) al presentado en las estimaciones de la Encuesta Permanente de Hogares de 2011 (3,7%). En Chile se presenta la mayor diferencia entre ambas fuentes de datos: se estima en 1,3% la proporción a partir de la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) y en 6% a partir de la Cuenta Satélite. Las diferencias se deben principalmente a los distintos sistemas de clasificación para agrupar dominios y sectores culturales, la cantidad de sectores culturales incluidos en las cuentas satélites, el tipo de encuesta que da origen a las estimaciones de empleo y el nivel de desagregación de los clasificadores de empleo utilizados⁶.

No obstante, existe claridad sobre el empleo cultural y su gravitación respecto del empleo total: representa una pequeña proporción del empleo, usualmente entre un 2% y un 3% del total de población ocupada.

Por otra parte, en España y México, países en los que no fue posible efectuar estimaciones del empleo a partir de encuestas, el empleo cultural representa el 2,8% (unos 475 400 trabajadores) y el 1,9% del empleo total (aproximadamente 779 000 personas), respectivamente, como se puede observar en el Cuadro 4.4.

⁵ De los siete países que poseen Cuentas Satélites de la Cultura (CSC), solo seis tienen disponible información relativa a empleo.

⁶ Como ha explicado anteriormente, en el presente capítulo se han utilizado encuestas cuyos clasificadores estuvieran disponibles a cuatro dígitos (la situación más frecuente) o más (las desagregaciones utilizadas en las CSC usualmente son a seis dígitos). En esta estimación, el trabajo con el clasificador CIU (y clasificadores homologados) para catorce países obligó a descartar códigos de empleo que a cuatro dígitos no permiten separar los empleos culturales y los no culturales. En consecuencia, si bien las cifras de empleo son comparables entre sí, representan una subestimación del empleo en actividades características de la cultura y en actividades de apoyo.

Cuadro 4.4.

Iberoamérica (seis países): Estimaciones del empleo cultural en las Cuentas Satélites de Cultura, alrededor de 2012

	Empleos culturales	
	Porcentajes respecto del empleo total	Miles de personas
Argentina (2012)	2,9	469,2
Chile (2011)	6	...
Costa Rica (2012)	...	20,7
España (2013) a/	2,8	475,4
México (2011)	1,9	779
Uruguay (2009)	...	18,8

Fuentes: Para Argentina la información proviene del Sistema de Información Cultural de la Argentina (<http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/csc/>). Para Chile, del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2013) (documento *Memoria Consejo Nacional de la Cultura y las Artes 2010-2014*, disponible en http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/Memoria_CNCA.pdf). Para Costa Rica, del sitio web de la Cuenta Satélite de Costa Rica (<http://cuentasatelitecultura.go.cr/resultados>). En el caso de España, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2013), en concreto, del sistema CULTURABase (<http://www.mcu.es/culturabase>). La información del empleo cultural en México proviene de CONACULTA (2014) (documento *Comunicado n.º 71. Cuenta Satélite de Cultura 2008-2011*, disponible en http://www.conaculta.gob.mx/PDF/inegi/boletin_cuenta_satelite_de_cultura.pdf). Finalmente, para Uruguay la información proviene del Departamento de Industrias Creativas (disponible en http://www.mec.gub.uy/innovaportal/v/1613/8/mecweb/cuenta_satelite_en_cultura?3colid=690).

a/ Las cifras de empleo cultural en España aquí publicadas no provienen en estricto rigor de la CSCE. Para más detalles, véase el Recuadro 4.1.

► Empleo equivalente

Si bien el análisis anterior permite dar cuenta de la proporción de puestos de trabajo o del número de personas ocupadas en actividades que tienen una relación con la cultura, no permite contabilizar la intensidad del factor trabajo por parte de los trabajadores del sector cultural en comparación con otras actividades productivas. Para dar cuenta de esta intensidad, el Cuadro 4.5 presenta el promedio total de horas trabajadas de las actividades relacionadas con la cultura (tomando en consideración el tipo de empleo, ya sea público o privado, y el tipo de ocupación). Además, el Gráfico 4.2 presenta el indicador de empleo equivalente, que corrige el volumen de empleos por las horas efectivamente trabajadas, similar a la metodología utilizada en el análisis de las CSC de Colombia y España⁷.

⁷ La información respecto a la metodología para el cálculo del indicador de empleo equivalente puede ser consultada en el documento metodológico de la Cuenta Satélite de Cultura en España (CSCE), disponible en http://www.mcu.es/estadisticas/docs/CSCE/csce_metodologia_rd.pdf.

Cuadro 4.5. Iberoamérica (catorce países): Promedio total de horas trabajadas en el empleo cultural, las actividades auxiliares y las actividades características de la cultura, alrededor de 2012

(En promedios)

Año	Actividades relacionadas con la cultura									
	Total de empleados	Actividades características de la cultura	Actividades auxiliares de la cultura	Actividades relacionadas con la cultura	Empleo cultural público	Empleo cultural privado	Ocupaciones culturales	Ocupaciones no culturales		
	Promedios del total de horas trabajadas									
Argentina <i>a/</i>	39,4	39,2	45,6	39,2	35,3	39,7	36,2	40,0		
Bolivia, Est. Plur. de	46,7	42,1	50,8	47,1	48,8	41,9	42,5	47,1		
Brasil	39,5	37,4	41,7	40,2	32,9	37,6	36,0	39,6		
Chile	42,3	35,8	42,5	41,8	43,6	35,3	39,3	42,6		
Colombia	43,5	39,4	41,1	40,2	44,5	39,4	38,1	44,2		
Costa Rica	42,6	42,2	46,3	44,1	53,4	41,2	37,2	45,8		
Ecuador <i>b/</i>	40,9	41,1	41,6	44,3	39,9	40,9		
El Salvador	41,8	43,7	42,9	43,7	47,3	43,6	36,9	42,0		
Honduras	45,9	45,7	49,8	49,4	58,2	45,0	41,0	46,1		
Nicaragua <i>b/</i>	47,0	47,4	44,1	50,4	42,7	47,2		
Panamá <i>b/</i>	41,8	39,8	42,9	45,1	34,2	42,2		
Paraguay <i>b/</i>	46,3	35,6	47,6	48,1	40,7	46,8		
Perú <i>b/</i>	44,8	35,7	42,3	45,7	39,5	45,1		
Uruguay	41,3	38,1	42,1	39,7	37,6	38,2	35,1	41,8		
Iberoamérica (promedio simple) <i>c/</i>	43,1	40,2	44,4	44,2	44,6	40,2	38,5	43,7		
Iberoamérica (promedio ponderado) <i>c/</i>	41,2	38,3	42,2	41,5	35,9	38,5	37,7	41,4		

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

b/ En estos países las muestras de las encuestas no permitieron estimar el empleo cultural en el sector público.

c/ Los promedios simple y ponderado no incluyen los países de los que no hay información disponible para los indicadores sobre horas trabajadas en empleo cultural público y empleo cultural privado.

En términos del número semanal de horas trabajadas de todos los ocupados, el promedio alcanza en la región las 43,1 horas semanales. Nicaragua, Bolivia y Paraguay registran jornadas de trabajo con una duración cercana a las 47 horas. En el otro extremo se encuentran Argentina y Brasil, con promedios cercanos a las 39 horas.

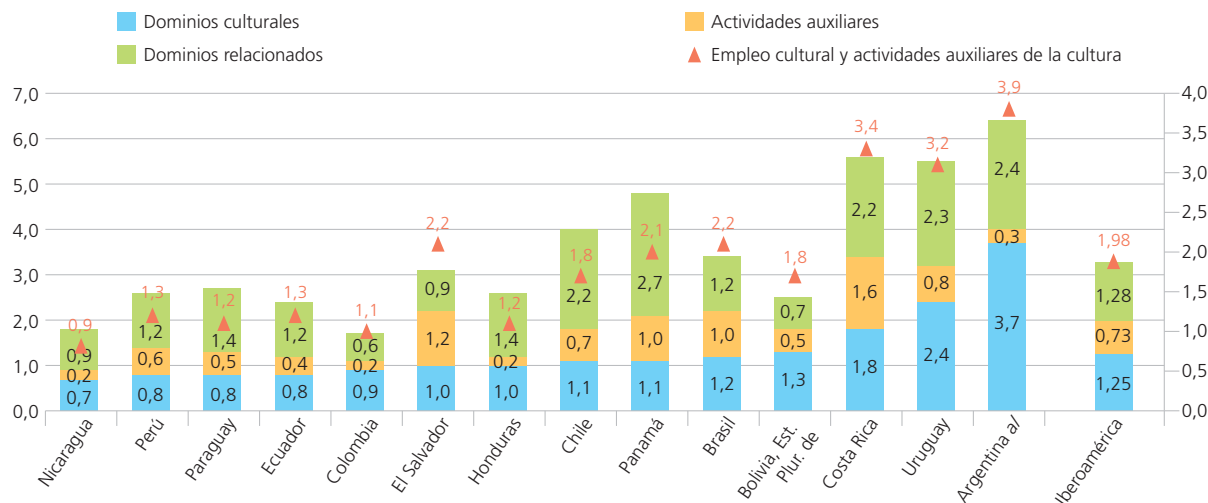
Con respecto a los empleos culturales, las jornadas laborales en la región son de unas 40,2 horas semanales de trabajo en promedio, y algo menores que en el mercado de trabajo general (aproximadamente un 7% menores).

Chile, Paraguay y Perú son los países en los que las personas ocupadas en este sector declaran trabajar un menor número promedio de horas (los tres con menos de 36 horas semanales de promedio). En estos países, la diferencia en el promedio de horas trabajadas entre los empleos culturales y el total de empleos es la mayor de los catorce países analizados, alrededor de un 20%. Por otro lado, las jornadas más extensas en el sector cultural se registran en El Salvador (44 horas de promedio), Honduras (46 horas de promedio) y Nicaragua (47 horas de promedio), prácticamente iguales o superiores a las del mercado de trabajo en general.

Gráfico 4.2.

Iberoamérica (catorce países): Empleo equivalente a/ de tipo cultural, en actividades auxiliares de la cultura y en actividades relacionadas

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Normalizado por cantidad de puestos de trabajado de jornada completa (45 horas semanales).

b/ Zonas urbanas.

Si se analizan las jornadas laborales dentro de las actividades culturales, auxiliares y conexas o relacionadas con la cultura, salvo en el caso de El Salvador, en la mayoría de los países las mayores jornadas laborales no se presentaban en el empleo cultural, sino en las actividades auxiliares (así ocurre en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Honduras y Uruguay) o en las actividades relacionadas de la cultura (como sucede en Chile, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Perú), como se aprecia en el Cuadro 4.5.

Si se compara el tipo de empleador –público o privado (incluye trabajadores independientes)–, no existía una tendencia que caracterice o diferencie de alguna manera entre el empleo cultural público y el privado. En países como Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador y Honduras, el empleo público del sector cultural poseía un promedio mayor de horas trabajadas; a diferencia de Argentina, Bolivia y Uruguay en donde los ocupados del sector privado trabajaban jornadas más extensas en términos de horas en comparación con el sector público.

No obstante, considerando la diferenciación anterior, el panorama regional adquiere matices diferentes al analizar las jornadas de trabajo de los países comparadas con el promedio regional. A nivel regional, la jornada laboral en el empleo cultural público se elevó a un promedio de 45 horas, cifra superior a las aproximadamente 40 horas de las trabajadas por aquellas personas que se desempeñan en el sector privado. En países como Bolivia, Costa Rica, El Salvador y Honduras, las jornadas laborales, tanto de empleo cultural público como privado, registran un promedio mayor en comparación con el promedio regional. Esta situación es contraria a las jornadas laborales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Uruguay.

Al diferenciar entre ocupaciones culturales y no culturales, aquellas personas ocupadas en el primer tipo, en la totalidad de los países, poseían un menor promedio en horas trabajadas. En relación con esto, en países como Costa Rica, la diferencia era de aproximadamente ocho horas de trabajo entre ambos tipos de ocupación, y de seis horas de trabajo en países como Colombia, Paraguay y Uruguay.

Cuadro 4.6.

España: Empleo cultural según tipo de jornada y actividades económicas, 2013

(En miles de personas y porcentajes)

	Empleo cultural					
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
	Miles de personas			Porcentajes		
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales, edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	65,0	15,7	80,6	80,6	19,5	100
Actividades cinematográficas, de video, radio y televisión	58,0	12,0	70,0	82,9	17,1	100
Otras actividades de diseño, creación, artísticas y de espectáculos	81,9	19,7	101,5	80,7	19,4	100
Artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales	80,7	9,1	89,8	89,9	10,1	100
Otras actividades económicas	111,8	21,8	133,5	83,7	16,3	100
Total	397,1	78,2	475,4	83,5	16,4	100

Fuentes: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. Sistema CULTURABase (<http://www.mcu.es/culturabase>) e Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Población Activa. Para más detalles acerca de las estadísticas de empleo cultural en España, véase el Recuadro 4.1.

El indicador de empleo equivalente corrige el volumen de empleos por las horas efectivamente trabajadas a tiempo completo. El Gráfico 4.2 presenta dicha información para los países iberoamericanos diferenciando las diversas actividades. En términos de gravitación a nivel regional, los empleos culturales disminuyen del 1,4% al 1,2%, a diferencia de las actividades auxiliares (0,7% del empleo total) y de las actividades relacionadas con la cultura (1,3%), que mantienen su gravitación. En países como Uruguay, Brasil, Chile y Colombia, la proporción de empleo cultural desciende al introducir el corrector del empleo equivalente, lo que reafirma el hecho de que los empleos culturales se asocian en general a jornadas laborales inferiores, usualmente porque hay una proporción elevada de empleos a tiempo parcial.

Los datos disponibles para España permiten un análisis sobre las jornadas laborales de los trabajadores. El Cuadro 4.6 presenta la información del tipo de jornada realizada por los empleados del sector cultural, es decir, aquellos que poseen un empleo a tiempo completo o a tiempo parcial, diferenciado por actividad económica. En 2013, un 16,4% de los empleados en el sector cultural desempeñaban un empleo a tiempo parcial (aproximadamente 78 000 personas). Al analizar el tipo de jornada laboral según la actividad económica, en la totalidad de los dominios, menos de un 20% de los trabajadores se encontraban ocupados en un empleo a tiempo parcial.

En términos relativos, la menor proporción de personas ocupadas en este tipo de jornada se desempeñaba en el dominio artes gráficas, grabación, reproducción de soportes, edición musical, fabricación de soportes y aparatos de imagen y sonido, e instrumentos musicales (10%). Por el contrario, el 19% de los trabajadores que llevaban a cabo actividades de bibliotecas, archivos, museos y de otras instituciones culturales, así como los que se ocupaban de la edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales, disfrutaban de un trabajo a tiempo completo.

► El empleo público en cultura⁸

Es indiscutible que la instalación del paradigma neoliberal en la mayoría de los países de la región supuso una disminución en el tamaño del Estado con la consiguiente reducción de la intervención de este en diferentes áreas de la sociedad. El descenso de la intervención estatal implicó un aumento sostenido en el papel desempeñado por la iniciativa privada en servicios sociales tales como la educación y la salud, acompañado de una ampliación de la función del mercado en cuestiones sociales. No obstante, en las últimas décadas el paradigma neoliberal ha sufrido cambios, al menos en la forma que tuvo desde sus inicios, debido al alejamiento que una serie de países de la región han presentado respecto de sus principios, lo que ha implicado no solo un cambio en cómo se abordan las políticas sociales sino también en qué áreas debe intervenir o invertir el Estado.

En relación con el sector cultural, el Estado desempeña un papel de especial preeminencia en el fomento de la transmisión y desarrollo de la cultura, principalmente debido a su tamaño y a su relevancia como agente económico que invierte, gasta y puede regular la participación de otros agentes, así como también debido a que desarrolla actividades en áreas que para el sector privado no son atractivas. Aunque el sector cultural no estuvo ausente del retroceso que el Estado manifestó en el contexto de la implantación del paradigma neoliberal, hoy en día el ámbito de la cultura ha vuelto a ser materia atractiva para la inversión estatal, en un contexto de coexistencia de industrias culturales nacionales y transnacionales, en el cual diferentes agentes distintos del Estado poseen un papel no menos privilegiado.

El volumen del empleo público en la región, cerca del año 2012, era de alrededor de 18,5 millones de trabajadores, el equivalente al 10% de la fuerza de trabajo ocupada en la región (véase el Cuadro 4.7). El peso del empleo público en el empleo total oscila desde el 3,8% en Costa Rica y el 4,1% en Colombia, hasta el 16% en Panamá y el 16,2% en Argentina.

⁸ Para el análisis de los datos provenientes de las encuestas de hogares y presentados en este capítulo, se debe tener en consideración que en Nicaragua (2009) no es posible diferenciar sector público y privado.

En lo que respecta al empleo público cultural, Brasil (con unas 53 600 personas) y Argentina (aproximadamente con 39 000 personas) son los países que de forma neta presentaron un mayor volumen de personas ocupadas en este tipo de empleos. Diferente situación es la de Colombia y Honduras, con aproximadamente 1800 personas ocupadas en empleo público cultural.

En la región, el empleo público cultural representa un 5,9% dentro del empleo cultural. Uruguay es el país que registra una mayor proporción de personas en empleo público cultural con un 13,6% de los ocupados en actividades características de la cultura, situación similar a la de Argentina (9,9%) y Costa Rica (7,7%), todos con una gravitación mayor en comparación con el resto de los países considerados. En el escenario contrario se encuentran Colombia y El Salvador, con cifras de 0,9% y 1,8%, respectivamente. Sin embargo, si se analiza el peso del empleo público cultural en relación con el empleo total, las cifras no son significativas en todos los países. Tanto en Argentina como en Uruguay, el empleo público cultural solo representa un 0,4% del empleo total; el resto de los países presentan porcentajes inferiores al 0,1% (véase el Cuadro 4.7).

El papel de lo público se aminora al analizar las actividades auxiliares de la cultura, cuyo porcentaje equivale al 2,1% de las actividades del sector. Más aún, si se analiza la proporción del empleo público al agregar el total de empleos culturales y la actividades auxiliares de la cultura, la significación de lo público en el conjunto de las actividades disminuye hasta un 4,9% en Latinoamérica; es Uruguay, con un 10,6%, el país con un mayor peso de lo público, seguido de Argentina (9,3%) y Costa Rica (5,7%). Por su parte, Colombia (0,7%), El Salvador (2,4%) y Bolivia (2,8%) presentaron volúmenes no significativos de empleo público en actividades características de la cultura.

Aunque el Estado desempeña un papel no menor en el sector cultural, el hecho anterior puede asociarse tanto a la significación de la iniciativa privada en este sector –que será analizada en secciones posteriores– como al tipo de empleos desempeñados por aquellos trabajadores en actividades auxiliares. Tal como es definido por el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (2009), las actividades auxiliares de la cultura hacen referencia a «las industrias y los servicios de apoyo al conjunto del empleo cultural». Este tipo de actividades se asocia comúnmente con aquellas destinadas a la fabricación y reparación de bienes para llevar a cabo actividades características de la cultura que no son realizadas por el Estado sino por agentes distintos de este.

Cuadro 4.7.
Iberoamérica (trece países): Empleo público cultural y su gravitación en el empleo total y el empleo cultural

(En miles de personas y porcentajes)

Año	Actividades características de la cultura																								
	Empleo público total			Empleo público cultural en el empleo cultural			Peso del empleo público cultural en el empleo total			Empleo en actividades auxiliares de la cultura			Peso del empleo público en actividades auxiliares respecto del total de ocupados			Empleo público en actividades culturales y auxiliares de la cultura			Peso del empleo público en actividades culturales y auxiliares de la cultura respecto de estos sectores			Subtotal			
	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Porcentajes	
Argentina a/	1748,8	16,2	39,1	9,9	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	39,1	9,3	0,4	
Bolivia, Est. Plur. de	454,0	9,7	2,4	3,6	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	2,8	0,1	
Brasil	11410,9	12,2	53,6	4,5	0,1	16,5	1,9	0,1	1,3	0,0	0,0	70,1	3,4	0,1	
Chile	628,8	9,4	4,9	5,6	0,1	0,6	1,3	0,1	0,0	0,0	0,0	5,5	4,2	0,1	
Colombia	837,5	4,1	1,8	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,7	0,0	
Costa Rica	76,1	3,8	2,7	7,7	0,1	1,0	3,3	0,1	0,0	0,0	0,0	3,7	5,7	0,2	
Ecuador b/	763,2	11,9
El Salvador	207,8	8,0	0,4	1,8	0,0	0,9	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	2,4	0,0	
Honduras	194,7	6,3	1,8	5,7	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	1,8	5,0	0,1	
Panamá b/	239,5	16,0
Paraguay b/	258,3	9,2
Perú b/	1442,8	9,2
Uruguay	237,3	14,7	5,8	13,6	0,4	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	5,8	10,6	0,4	
Iberoamérica (promedio simple)	18499,6	10,0	112,6	5,9	0,1	18,9	1,1	0,1	1,1	0,0	0,0	131,5	4,9	0,1	
Iberoamérica (promedio ponderado)		10,7		5,4	0,1		1,7	0,1					4,1	0,1											

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

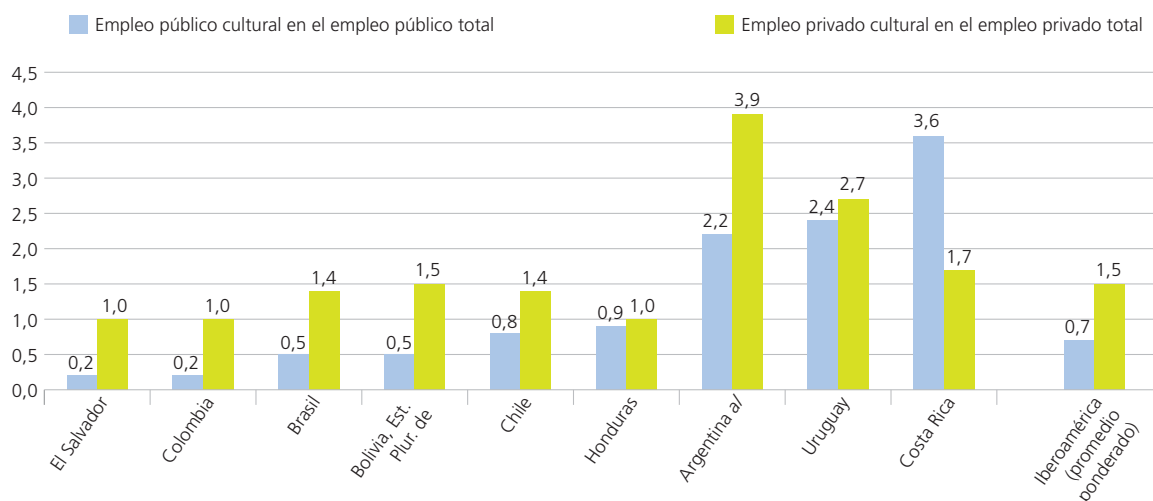
b/ En estos países las muestras de las encuestas no permitieron estimar el empleo cultural en el sector público.

Por otro lado, la gravitación del empleo público cultural en el empleo público total era, en la mayoría de los países, menor a la gravitación que poseía el empleo privado cultural respecto del empleo privado total (véase el Gráfico 4.3). Por ejemplo, en aquellos países en que el empleo público cultural es una porción significativa de este segmento del mercado laboral, como es el caso de Argentina (2,2%) y Uruguay (2,4%), el empleo privado cultural suponía mayores proporciones, ya que llegaba a alcanzar un 3,9% en el primer país y un 2,7% en el segundo. Esta situación se mantiene en el resto de los países de la región, con la excepción de Costa Rica, donde el empleo público cultural alcanzó un 3,6% del empleo público total. A nivel regional, el empleo público cultural representa un 0,7% del empleo público total, en tanto que el empleo privado cultural representa un 1,5% del empleo privado total.

Gráfico 4.3.

Iberoamérica (nueve países): Gravitación del empleo público cultural y el empleo privado cultural según segmento del mercado de trabajo (público o privado)

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

► Nivel de concentración del empleo cultural en el sector privado

Aunque el Estado desempeña un papel esencial en distintos ámbitos, la iniciativa privada en la región ha incrementado su influencia en distintas áreas sociales. En lo referido a la cultura, el sector privado representa una porción significativa en las actividades productivas culturales.

En ese sentido, la iniciativa privada no solo se encuentra presente en el fomento y el desarrollo de la cultura como lo hace el Estado, sino también en las diversas etapas del «ciclo cultural» como la creación, la producción y la distribución.

A nivel regional, el empleo cultural privado es cercano al 92 % (véase el Cuadro 4.7), respecto al empleo cultural total: el empleo cultural privado constituye una proporción mayor del 90 % del empleo cultural total en una vasta cantidad de países como Argentina (90 %), Bolivia (96,4 %), Brasil (95,5 %), Chile (94,4 %), Colombia (99,1 %), Costa Rica (92,3 %), Honduras (94,3 %) y El Salvador (98,2 %). Uruguay presenta cifras menores de empleo cultural privado: un 86,4 % del empleo cultural total.

Lo anterior demuestra que la empresa privada desarrolla un papel fundamental como motor del empleo y de la producción y distribución de bienes y servicios culturales. Los datos del Cuadro 4.8, además, permiten identificar el nivel de concentración del empleo cultural según el tamaño de la empresa. La tendencia apunta a que el empleo cultural –ya sea su creación, producción o distribución– se concentra principalmente en microempresas (empresas con menos de seis trabajadores) y trabajadores que se autodefinen como independientes. El mayor nivel de concentración en microempresas se presenta en Honduras (69,5 % del empleo cultural). La misma situación se presenta en Paraguay (61,8 %) y Bolivia (57 %). El resto de países alcanza niveles que están en torno al 40 % de concentración en microempresas, exceptuando el caso de Brasil, Chile y Costa Rica, en los cuales la gran empresa (de cincuenta trabajadores o más) posee un papel predominante (mayor que el de las microempresas) en el desarrollo del empleo cultural.

En la sección anterior se señaló que el papel del sector público disminuía en las actividades auxiliares de la cultura o representaba una pequeña porción en relación con las actividades totales de ese sector. En el caso del sector privado, las actividades auxiliares se aglomeran en las grandes empresas en ocho de los trece países analizados. La mayor concentración se presenta en Brasil, país en el cual el 85,5 % de las actividades auxiliares de la cultura se aglutinan en empresas con cincuenta o más trabajadores. Este escenario también es similar en Costa Rica (69,6 %), Uruguay (60,8 %), El Salvador (58,4 %) y Panamá (57,5 %).

Con todo, la pequeña y mediana empresa (de seis a cuarenta y nueve trabajadores) exhibe un predominio no menor, tanto en el empleo cultural –donde alcanza niveles cercanos al 20 % en los países de la región– como en las actividades auxiliares, cuyas cifras se caracterizan por una elevada dispersión, con valores que van desde el 7,5 % en Uruguay hasta el 42,4 % en Paraguay.

Cuadro 4.8.

Iberoamérica (trece países): Volumen del empleo privado en el empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura según tamaño de empresa a/

(En miles de personas y porcentajes)

Año	Porcentaje de empleo cultural privado respecto del empleo cultural total	Empleo cultural privado según tamaño de empresa						Actividades auxiliares de la cultura según tamaño de empresa							
		En miles de personas						En miles de personas							
		Micro-empresa (<6)	Pequeña empresa (6-49)	Gran empresa (50+)	Micro-empresa (<6)	Pequeña empresa (6-49)	Gran empresa (50+)	Micro-empresa (<6)	Pequeña empresa (6-49)	Gran empresa (50+)	Micro-empresa (<6)	Pequeña empresa (6-49)	Gran empresa (50+)		
Argentina b/ c/	2011	187,4	74,3	94,3	52,6	20,9	26,5	100	7,1	5,5	10,9	30,2	23,3	46,5	100
Bolivia, Est. Plur. de	2009	36,1	14,1	13,2	57,0	22,3	20,8	100	15,0	6,3		70,6	29,4		100
Brasil	2012	168,4	970,1		14,8	85,2		100	110,3	744,4		12,9	87,1		100
Chile	2011	23,5	23,2	36,0	28,4	28,1	43,6	100	10,1	16,5	17,3	23,0	37,6	39,4	100
Colombia	2012	108,0	44,1	50,3	53,3	21,8	24,9	100	16,4	14,0	20,9	32,0	27,3	40,7	100
Costa Rica	2011	11,9	8,3	12,4	36,5	25,6	38,0	100	3,0	5,8	20,3	10,4	20,0	69,6	100
Ecuador d/	2012	23,9	15,4	13,7	45,1	29,0	25,9	100	12,3	10,2	4,8	45,1	37,5	17,4	100
El Salvador	2012	10,8	7,5	6,3	43,9	30,4	25,7	100	6,6	5,4	16,9	22,9	18,7	58,4	100
Honduras c/	2010	24,2	5,3	0,4	80,9	17,8	1,3	100		2,1			100,0		100
Panamá d/	2011	6,8	4,0	6,5	39,0	23,3	37,7	100	4,0	2,0	8,1	28,2	14,3	57,5	100
Paraguay d/	2010	17,1	7,8	2,8	61,8	28,1	10,1	100	6,9	5,6	0,7	52,3	42,4	5,3	100
Perú d/	2012	75,4	45,6	27,6	50,7	30,7	18,6	100	59,3	22,2	11,9	63,4	23,8	12,7	100
Uruguay	2011	17,3	4,2	15,2	47,2	11,3	41,5	100	4,0	1,0	7,7	31,7	7,5	60,8	100
Iberoamérica (promedio simple) e/		710,7	1223,9	278,7	32,1	55,3	12,6	100	257,0	838,9	119,4	21,1	69,0	9,8	100

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Las categorías de tamaño de empresa difieren por país. En el caso de Argentina, Chile y Uruguay es posible diferenciar entre las categorías presentadas en el cuadro. Para Bolivia, El Salvador, Honduras y Panamá las categorías diferencian aisladamente el número de personas que trabajan en la empresa. En Colombia, las categorías son las siguientes: trabaja solo; de 2 a 3; de 4 a 5; de 6 a 10; de 11 a 19; de 20 a 30; de 31 a 50; de 51 a 100; y 101 o más personas. Costa Rica aísla el número de personas hasta un máximo de nueve, a lo que añade las siguientes categorías: de 10 a <20; de 20 a <30; de 30 a <100, y 100 o más personas. Ecuador diferencia entre empresas de menos de 100 personas y de 100 o más. En Paraguay, las categorías son las siguientes: de 2 a 5 personas; de 6 a 10; de 11 a 20; de 21 a 50; de 51 a 100; de 101 a 500 personas; y el empleo doméstico. Las categorías del tamaño de empresa son de hasta 20 personas; de 21 a 50; de 51 a 100; de 101 a 500; y más de 500 personas.

b/ Zonas urbanas.

c/ En Argentina y Honduras existen diferencias entre el empleo cultural privado y el total clasificado según el tamaño de empresa. Lo anterior se asocia a la existencia de trabajadores por cuenta propia que fueron incluidos en la categoría de microempresa.

d/ En estos países las muestras de las encuestas no permitieron estimar diferencias entre el empleo cultural del sector público y el del sector privado.

e/ Los totales tanto en miles de personas como en porcentajes de la categoría «pequeña empresa» incluyen los trabajadores de Bolivia, Brasil y Honduras definidos en esta categoría.

4.3. Empleo y ocupaciones culturales

Uno de los aspectos que resulta imprescindible considerar en el análisis del empleo es el que se refiere al examen de las ocupaciones desempeñadas en las economías latinoamericanas. Al respecto, cuando hablamos de ocupación nos referimos a «un conjunto de empleos cuyas principales tareas y cometidos se caracterizan por un alto grado de similitud» (OIT, 2007); por otra parte, también puede ser definida como el conjunto de actividades remuneradas que desempeñan las personas.

Desde el punto de vista sociológico, el análisis de esta variable ha cobrado importancia debido a la relación existente entre el desempeño de una determinada ocupación en la estructura productiva y las posibles diferencias en una serie de variables como el nivel de educación, el nivel de ingresos y el estatus o el prestigio asociado a esta. En este sentido, ha sido de gran relevancia en el estudio de la estratificación social, debido a que esta puede determinar tanto la posición que ocupan las personas en la estructura social como también su adscripción a determinados grupos sociales. Su análisis permitiría dar cuenta de los roles ocupacionales que representan una mayor importancia funcional en la sociedad, señalando aquellas ocupaciones que revisten mayor prestigio y superiores recompensas tanto sociales como económicas (Sémblér, 2006; Barozet, 2007).

En lo que respecta al análisis de la cultura, este examen adquiere relevancia debido a la diferenciación existente entre aquellas ocupaciones definidas como culturales y las denominadas

ocupaciones no culturales. De esta manera, la observación simple de la significación de las ocupaciones culturales en las sociedades latinoamericanas nos permitiría dar cuenta de la relevancia que tienen en las economías regionales, en general, y en el empleo cultural, en particular.

Según la definición realizada por el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (2009), las ocupaciones culturales «incluyen iniciativas relacionadas con la producción creativa y artística y la colección y preservación del patrimonio». Según el Marco, estas tendrían principalmente la tarea de fomentar, preservar y reflejar el desarrollo del significado cultural, simbólico y espiritual; de involucrarse en el proceso de producción de bienes y servicios culturales con derechos de propiedad intelectual, y también de promover la expresión artística.

Por otra parte, considerar la variable ocupación en el estudio de la cultura implica conocer que las ocupaciones culturales no solo son desempeñadas en las industrias culturales o, más ampliamente, en el sector cultural, sino también en aquellos sectores fuera de los límites de lo que se ha analizado hasta aquí como empleo cultural. En otras palabras, la totalidad de los puestos de trabajo en el sector cultural no solo se refiere a ocupaciones culturales, y no todas las ocupaciones culturales se realizan en industrias culturales. Por ejemplo, una compañía de artistas no solo necesita de músicos, cantantes o compositores, sino también de personal administrativo.

En consonancia con lo anterior, el interés de la presente sección se basa tanto en el análisis de la significación de las ocupaciones culturales en las economías latinoamericanas como en la participación de estas en actividades características de la cultura, actividades relacionadas con la cultura y en el resto de la economía.

A nivel regional, las ocupaciones culturales respecto del empleo total ascienden a alrededor de 7,5 millones de trabajadores en los doce países considerados, lo que representa el 9,5% del empleo regional (véase el Cuadro 4.9). El mayor porcentaje de ocupaciones culturales en relación con el empleo total lo ostenta Costa Rica con un 38% de ocupaciones culturales; en proporciones menores se ubican Argentina (16,7%) y Bolivia (9,5%), todavía con cifras superiores al promedio regional. En el otro extremo, se sitúan Brasil (3% de ocupaciones culturales en el empleo total), Nicaragua (4,2%), Honduras (4,3%), El Salvador y Panamá, ambos con un 4,6%. En términos absolutos, las ocupaciones culturales en Brasil ascienden a 2,7 millones de trabajadores, en contrapunto con países como Panamá (68 800 personas) y Nicaragua (92 400 trabajadores).

Cuadro 4.9.

Iberoamérica (doce países): Ocupaciones culturales en empleo total, empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura a/

(En miles de personas y porcentajes)

Año	Ocupaciones culturales y no culturales en el total de la economía				Ocupaciones culturales en el sector cultural		Ocupaciones culturales en actividades auxiliares de la cultura		Ocupaciones culturales en el resto de la economía		
	Ocupaciones culturales		Ocupaciones no culturales		Miles de personas	Porcentaje respecto del empleo cultural	Miles de personas	Porcentaje respecto del empleo en el sector	Miles de personas	Porcentaje respecto del empleo en el sector	Porcentaje respecto del empleo total
Argentina b/	1801,9	16,7	8962,2	83,3	149	37,8	11,3	44,0	1619,8	16,1	15,0
Bolivia, Est. Plur. de	446,0	9,5	4236,2	90,5	48,5	73,6	17,6	82,6	376,8	8,3	0,2
Brasil	2778,5	3,0	91 136,9	97,0	461,2	38,7	69,1	7,9	2234,8	2,5	0,0
Chile	503,2	7,5	6198,3	92,5	42,6	48,6	13,6	30,6	436,5	6,8	0,1
Costa Rica	754,9	38,0	1233,0	62,0	14,1	40,0	10,9	36,4	712,1	37,9	1,9
Ecuador	467,4	7,3	5956,8	92,7	27,3	51,6	2,2	8,2	434,6	6,9	0,1
El Salvador	119,2	4,6	2476,2	95,4	8,7	35,0	0,7	2,4	107,9	4,3	0,2
Honduras	133,7	4,3	2973,1	95,7	8,1	25,7	0,7	16,1	124,7	4,1	0,1
Nicaragua	92,4	4,2	2130,8	95,8	9,5	60,5	0,7	18,3	79,5	3,6	0,2
Panamá	68,8	4,6	1432,0	95,4	7,2	41,7	0,3	2,2	60,7	4,2	0,3
Paraguay	197,3	7,0	2609,0	93,0	15,9	57,2	2,1	15,7	177,6	6,5	0,2
Uruguay	118,8	7,3	1500,1	92,7	15,3	36,0	3,5	27,7	97,9	6,4	0,4
Iberoamérica (promedio simple)	7482,2	9,5	130 844,7	90,5	807,9	45,5	132,8	24,3	6462,8	9,0	1,6
Iberoamérica (promedio ponderado)		5,4		94,6		41,6		12,4		4,8	1,2

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Al igual que en el caso del empleo cultural, con el objetivo de representar de manera correcta y precisa las ocupaciones culturales en los diferentes países de la región, se han utilizado aquellas encuestas de hogares cuyos clasificadores de actividades productivas (CIJO o clasificaciones homologables) se detallan a cuatro o más dígitos. En razón de esto, se han descartado de este análisis Colombia y Perú, cuyos clasificadores se presentaban a tres y dos dígitos, respectivamente.

b/ Zonas urbanas.

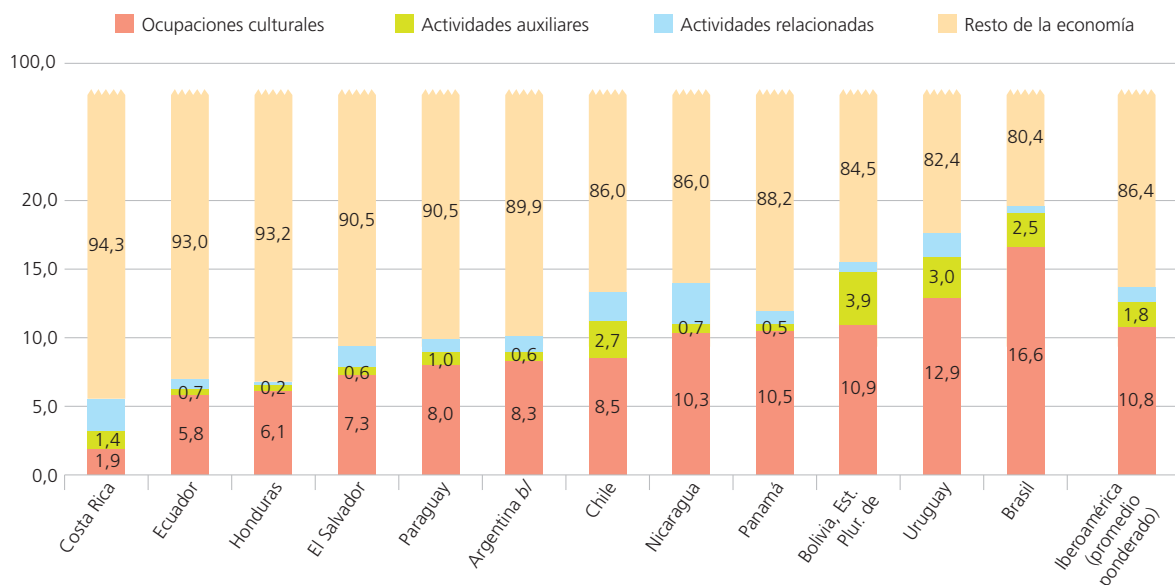
En el sector cultural, a nivel regional, el 45,5% de las ocupaciones corresponden a profesiones y oficios de tipo cultural, con un volumen de 807 900 personas ocupadas. En general, el panorama respecto de la composición según el tipo de ocupación es heterogéneo en los diferentes países. Bolivia es el país en el que un mayor porcentaje de trabajadores del sector cultural desempeña ocupaciones culturales (73,6%). Del mismo modo, con una proporción superior al 50% de los trabajadores ocupados en el sector y que realizan ocupaciones culturales, se encuentran Nicaragua (60,5%), Paraguay (57,2%) y Ecuador (51,6%). Entre los países en los que el predominio de las ocupaciones culturales es menor, se encuentran Honduras (25,7%), El Salvador (35%) y Uruguay (36%).

Aunque las ocupaciones culturales también significan una proporción no menor en aquellas actividades que son auxiliares de la cultura, se presenta una alta heterogeneidad al igual que en el empleo cultural. Un ejemplo de esto es el porcentaje de este tipo de ocupaciones en países como Bolivia (82,6%) y Costa Rica (36,4%). No obstante, hay otros países en los cuales las ocupaciones culturales representan menos del 10% en las actividades auxiliares: Panamá (2,2%), El Salvador (2,4%), Brasil (7,9%) y Ecuador (8,2%).

Gráfico 4.4.

Iberoamérica (doce países): Gravitación de las ocupaciones culturales en el sector cultural, actividades auxiliares de la cultura, actividades relacionadas con la cultura y en el resto de la economía respecto del total de ocupaciones culturales en la economía a/

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Los valores del eje vertical han sido truncados a 30% con el objetivo de presentar gráficamente las actividades características de la cultura.

b/ Zonas urbanas.

La tendencia dispar entre los países se mantiene al observar la proporción de ocupaciones culturales en el resto de la economía. Con un promedio regional de 9% de ocupaciones culturales en este sector, países como Costa Rica (37,9%) y Argentina (16,1%) exhiben una alta presencia de ocupaciones culturales en actividades que no son características de la cultura. Al contrario de países que no superan el 5% de ocupaciones culturales, como es el caso de Brasil (2,5%), Nicaragua (3,6%), Honduras (4,1%) y Panamá (4,2%), entre otros. Llama la atención la gran proporción de personas que desempeñan ocupaciones culturales en el resto de la economía, lo cual puede suponer una diferenciación entre la profesión y la ocupación de los trabajadores.

Por otro lado, el Gráfico 4.4 muestra la gravitación que poseen las ocupaciones culturales desempeñadas en el sector cultural; aquellas llevadas a cabo en las actividades auxiliares; en las actividades relacionadas, y en el resto de la economía respecto del total de ocupaciones culturales; es decir, permite dar cuenta de la distribución de las ocupaciones culturales en los distintos sectores analizados. Considerando este indicador, el país que registra una mayor proporción de ocupaciones culturales en el sector cultural en relación con el volumen total de ocupaciones culturales es Brasil con un 16,6%, seguido de Uruguay (12,9%), Bolivia (10,9%), Panamá (10,5%) y Nicaragua (10,3%) con porcentajes mayores del 10%. En el otro extremo, se ubicaban Perú (3,9%) y Costa Rica (1,9%).

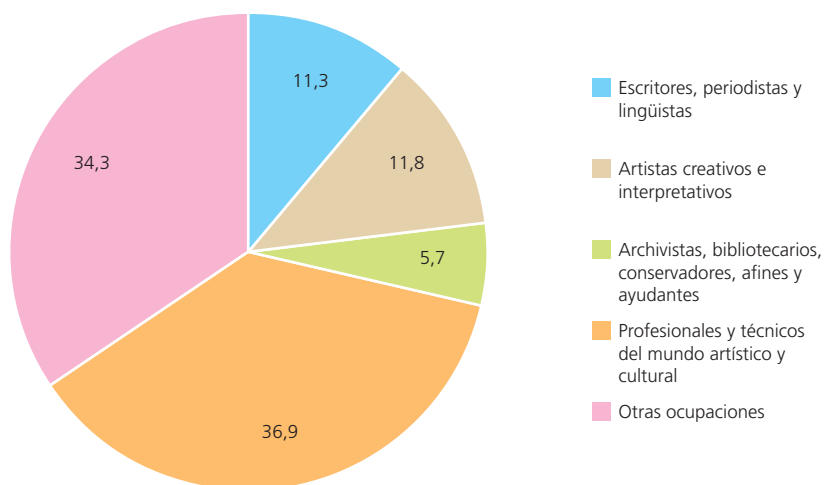
Cabe destacar que la gravitación de las ocupaciones culturales en las actividades auxiliares respecto del total de ocupaciones culturales es ínfima en comparación con la prevalencia que tienen en el sector cultural. En ese sentido, este indicador varía desde un 0,6% en Argentina hasta un 3,9% en Bolivia.

Por otro lado, el Gráfico 4.5 presenta la composición del empleo cultural en España por tipo de ocupaciones en 2013. Del total de la población ocupada en este tipo de actividades económicas, un 36,9% se encontraba ocupada como profesionales y técnicos del mundo artístico cultural. Con porcentajes cercanos al 11% se presentaban las ocupaciones referentes a escritores, periodistas y lingüistas (11,3%) y a artistas creativos e intérpretes (11,8%). Una pequeña proporción (5,7%) trabajaba como archivista, bibliotecario, conservador y otras actividades afines.

Gráfico 4.5.

España: Composición del empleo cultural por tipo de ocupaciones, 2013

(En porcentajes)



Fuentes: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. Sistema CULTURABase (<http://www.mcu.es/culturabase>) e Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Población Activa (EPA).

4.4. Las remuneraciones en el ámbito de la cultura

El análisis del empleo, y específicamente del empleo cultural, permite ilustrar la importancia de una determinada actividad productiva en el conjunto de la economía. Si bien pueden utilizarse diferentes aproximaciones, en la presente sección se abordará desde la cuantía de las remuneraciones de las actividades características de la cultura, cuyo análisis permite una aproximación a la valoración económica que estas poseen. Para esto se presentan indicadores que buscan cuantificar las remuneraciones medias mensuales, su volumen en el total de remuneraciones y su significación en el producto interior bruto de cada una de las economías regionales.

Cuadro 4.10.

Iberoamérica (catorce países): Remuneraciones medias mensuales en la economía, en el sector cultural y en actividades relacionadas

(En dólares expresados en paridad de poder adquisitivo 2005)

Año	Total economía	Total sector cultural	Actividades relacionadas con la cultura					Ocupaciones culturales	Ocupaciones no culturales	
			Empleos culturales públicos	Empleos culturales privados	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	Otros empleos			
En dólares PPA 2005										
Argentina a/	2011	960	1279	1276	1279	1742	929	946	960	948
Bolivia, Est. Plur. de	2009	141	181	233	179	96	200	140	172	137
Brasil	2012	410	586	577	586	726	520	403	684	396
Chile	2011	660	952	981	950	1163	687	652	1052	623
Colombia	2012	259	388	1021	383	611	235	256	393	239
Costa Rica	2011	482	520	1429	444	667	499	478	418	514
Ecuador	2012	271	354	453	380	268	353	262
El Salvador	2012	200	335	356	334	300	312	197	246	196
Honduras	2010	156	294	339	291	254	208	153	231	150
Nicaragua	2005	142	174	123	246	141	150	141
Panamá	2011	484	833	722	681	472	507	473
Paraguay	2010	179	197	242	248	178	177	178
Perú	2012	218	299	323	308	216	242	214
Uruguay	2011	447	455	567	438	732	480	443	500	439
Iberoamérica (promedio simple)		358	489	753	543	582	424	353	435	351
Iberoamérica (promedio ponderado)		393	649	853	680	788	489	386	563	377

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

Alrededor de 2012, los empleos culturales se asociaban a remuneraciones medias mensuales un 36,7% superiores al total de las economías, y un 38% superiores al resto de los empleos (véase el Cuadro 4.10). El panorama general en los países es de una retribución económica mayor de aquellos trabajadores que desempeñan sus labores en actividades características del sector cultural. En específico, en países como Honduras, El Salvador y Panamá, las remuneraciones medias mensuales alcanzaron porcentajes bastante superiores a las correspondientes al total de la economía. Para el primero de ellos la cifra es un 88% superior; en el caso panameño, un 72%; y en el caso de El Salvador, un 67%. No obstante, la remuneración alcanzó porcentajes menores del 10% en cuanto a su superioridad sobre las remuneraciones medias del total de la economía en países tales como Uruguay (2%), Costa Rica (7,9%) y Paraguay (10%).

También se presentan diferencias entre los empleos culturales pertenecientes al sector público y al sector privado. En países como Costa Rica y Colombia las brechas resultan favorables en buena medida para el primer sector y alcanzan los 949USD y 638USD, respectivamente, de paridad de poder adquisitivo de 2005. Una situación similar se da a nivel regional según el tipo de ocupación de los trabajadores; de hecho, las ocupaciones culturales reciben remuneraciones un 23% superior a las de tipo no cultural. Esta discrepancia se presenta en mayor medida en Brasil, Chile y Colombia, con remuneraciones en ocupaciones culturales más del 60% por encima de las no culturales. Por el contrario, en Argentina y Paraguay las remuneraciones son similares.

Una razón de la situación que muestran los datos del cuadro anterior puede ser vista mediante otro indicador, el de empleo equivalente, que informa sobre el ingreso medio por horas trabajadas. La tendencia general en la región es la existencia de jornadas de trabajo menos extensas y remuneraciones medias más altas para los trabajadores ocupados en actividades características de la cultura. Lo anterior se traduce en que las personas ocupadas en este tipo de actividades productivas tienen un ingreso medio por hora mayor de con respecto al resto de la economía. Por ejemplo, en el caso de Panamá el ingreso medio por hora (de 5,2USD en paridad de poder adquisitivo de 2005) fue un 89% superior entre los empleados en actividades características de la cultura respecto del total de ocupados. En Chile se observa la misma situación: las actividades características de la cultura tienen una remuneración media por hora trabajada de 9,7USD en paridad de poder adquisitivo, lo cual es un 83% superior a las del total de la economía.

Por otro lado, el Cuadro 4.11 presenta el volumen de las remuneraciones anuales en actividades relacionadas con la cultura, que ascendieron a, aproximadamente, a 42 414 millones de dólares (precios de 2005). Este monto representaba el 5,5% de las remuneraciones totales de las economías iberoamericanas analizadas y estaba compuesto principalmente por el volumen proveniente de los empleos culturales (43%), seguido de las actividades relacionadas (32,7%).

Al observar en detalle la significación de las remuneraciones en actividades relacionadas con la cultura, entre aquellos países que representaron un porcentaje superior a 6%, se encontraban Uruguay (6,5%), Panamá (6,9%) y Argentina (7,7%). Por el contrario, Colombia (2,7%) y Nicaragua (2,7%) presentaron un bajo aporte de las remuneraciones en actividades relacionadas con la cultura respecto de las remuneraciones totales. A nivel latinoamericano, la remuneración en este tipo de actividades significó un 2,4% de las remuneraciones totales en el caso de los empleos culturales; un 1,3% en el de las actividades auxiliares, y un 1,8% para las actividades relacionadas con la cultura.

Otro análisis relevante es el referente al aporte que realizan las diferentes actividades productivas en el producto interior bruto de un país. Este tipo de análisis resulta fundamental en el

Cuadro 4.11. Iberoamérica (catorce países): Volumen de las remuneraciones anuales en actividades relacionadas con la cultura y significación en las remuneraciones totales

(En millones de dólares de 2005 y porcentajes)

Año	Volumen de remuneraciones anuales en actividades relacionadas con la cultura				Peso de las remuneraciones anuales en actividades relacionadas con la cultura en remuneraciones totales				Peso de las remuneraciones públicas en actividades relacionadas con la cultura en remuneraciones en el sector			
	Actividades relacionadas con la cultura				Actividades relacionadas con la cultura				Actividades relacionadas con la cultura			
	Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	Total	Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	Total	Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	Total
	En millones de dólares de 2005											
	En porcentajes											
Argentina a/	6061,65	535,30	2896,54	9493,49	4,9	0,4	2,3	7,7	9,9	0,0	9,4	9,2
Bolivia, Est. Plur. de	142,62	24,39	78,06	245,06	1,8	0,3	1,0	3,1	4,7	0,0	26,1	11,0
Brasil	8381,40	7590,66	7155,63	23127,68	1,8	1,6	1,5	5,0	4,4	3,6	2,4	3,5
Chile	1000,81	620,95	1219,61	2841,37	1,9	1,2	2,3	5,4	5,8	0,9	2,0	3,1
Colombia	952,10	376,30	388,03	1716,43	1,5	0,6	0,6	2,7	2,4	0,0	1,0	1,5
Costa Rica	220,58	240,70	257,59	718,87	1,9	2,1	2,2	6,2	21,3	8,9	10,2	13,2
Ecuador	225,23	148,56	316,75	690,55	1,1	0,7	1,5	3,3
El Salvador	100,34	106,99	84,72	292,05	1,6	1,7	1,4	4,7	1,9	4,9	4,8	3,9
Honduras	111,83	13,52	102,89	228,24	1,9	0,2	1,8	3,9	6,6	0,0	1,2	3,8
Nicaragua	32,70	5,26	56,58	94,54	0,9	0,1	1,5	2,5
Panamá	173,04	122,64	308,15	603,83	2,0	1,4	3,5	6,9	4,7	2,4
Paraguay	65,52	38,07	111,88	215,48	1,1	0,6	1,9	3,6	2,1	1,1
Perú	533,41	361,45	686,14	1581,00	1,3	0,9	1,7	3,9	5,5	2,4
Uruguay	231,72	111,33	222,26	565,30	2,7	1,3	2,6	6,5	17,0	0,1	11,2	11,4
Iberoamérica (volumen total)	18232,96	10296,12	13884,81	42413,89	2,4	1,3	1,8	5,5	6,0	2,9	4,2	4,6
Iberoamérica (promedio simple)	1302,4	735,4	991,8	3029,6	1,9	0,9	1,8	4,7	8,2	2,0	6,7	5,5

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

caso de las actividades productivas ligadas a la cultura, ya que no solo permite establecer de manera próxima el peso de la cultura en las economías de la región, sino que hace posible la comparación entre las economías y la evolución que estas presentan a lo largo del tiempo.

El Gráfico 4.6. A presenta la significación de las remuneraciones en actividades relacionadas con la cultura en el PIB. A nivel regional, el 0,9% del producto interior bruto fue generado por remuneraciones en empleos culturales; el 0,5% por actividades auxiliares, y el 0,7% por actividades relacionadas con la cultura. Entre los países donde presentó una mayor gravitación se encuentran Argentina, Bolivia y Honduras con porcentajes del 2,2%, 1,2% y 1%, respectivamente. En el otro extremo, las remuneraciones de los empleos culturales de Ecuador, Perú, Nicaragua, Colombia y El Salvador representaron valores iguales o menores a 0,5% del PIB de esas economías.

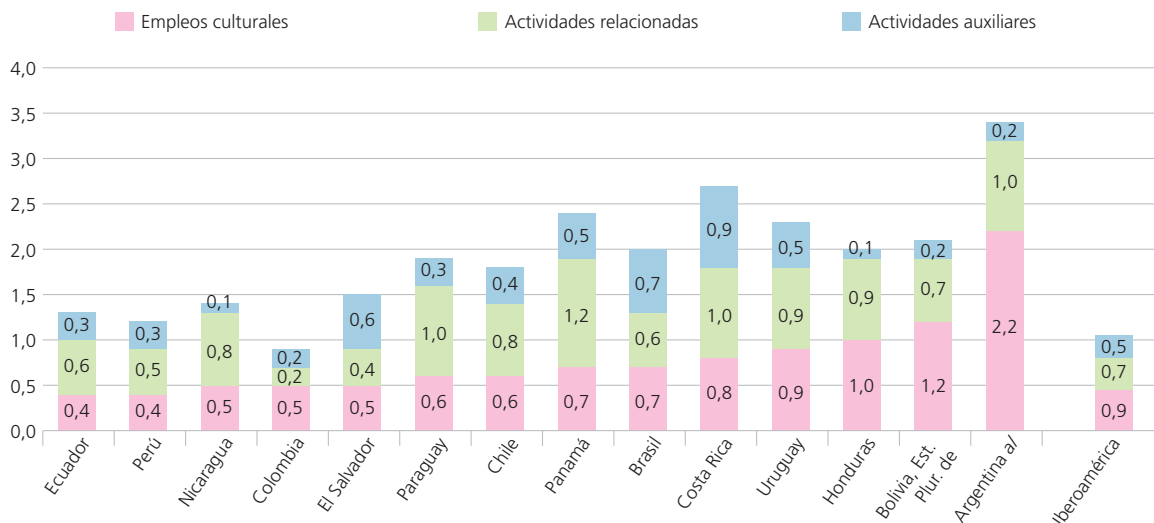
El aporte realizado por las ocupaciones culturales y no culturales en el total de la economía se presenta en el Gráfico 4.6. B. Aunque a nivel latinoamericano, un 3,5% del PIB correspondió a ocupaciones culturales, la cifra fue bastante inferior a la aportada por las ocupaciones no culturales, que supuso un 35,7% alrededor de 2012. La mayor gravitación de las remuneraciones de las ocupaciones culturales en el PIB fue presentada por países como Costa Rica (14,5%), seguido por Bolivia (8%) y Argentina (7,4%). En el otro extremo, con cifras iguales o inferiores a 2%, se encontraban Brasil (2%), Perú (2%), El Salvador (1,8%) y Panamá (1,6%).

Gráfico 4.6.

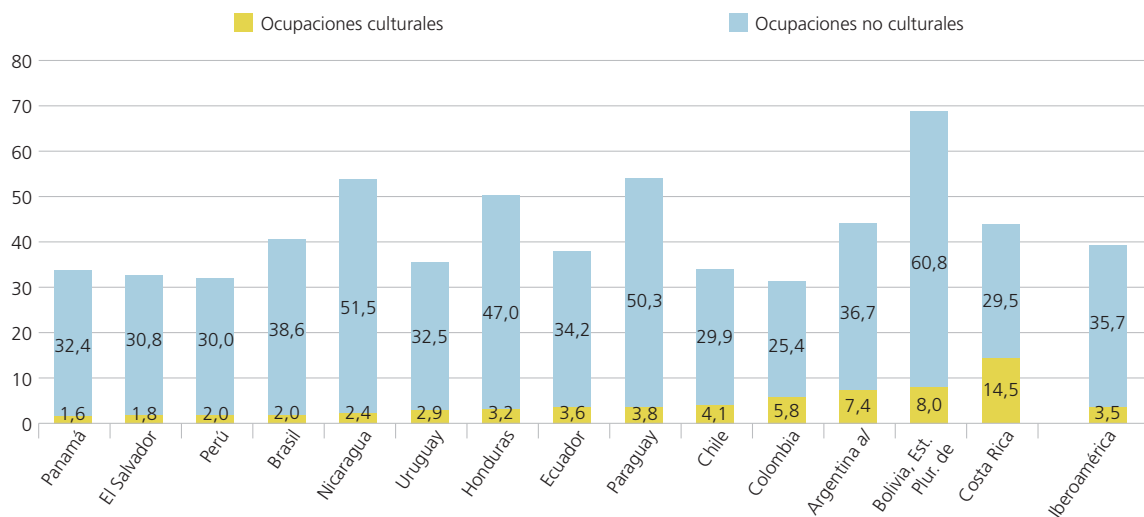
Iberoamérica (catorce países): Significación en el PIB de las remuneraciones en actividades relacionadas con la cultura, y peso de las remuneraciones de ocupaciones culturales y no culturales en actividades características de la cultura

(En porcentajes del PIB)

A. Remuneraciones en actividades relacionadas con la cultura como porcentaje del PIB



B. Remuneraciones de ocupaciones culturales y no culturales en el total de la economía como porcentaje del PIB



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

4.5. Empleos informales en el ámbito de la cultura⁹

Además de las dificultades y complejidades usuales que implica medir las actividades productivas en el sector cultural y mensurar su contribución económica al producto interior bruto a través de una cuenta satélite, es necesario considerar las posibles subestimaciones que en este tipo de actividades productivas puede haber en las cuentas nacionales de los países, debido a los diversos niveles de formalidad con que pueden operar las empresas y los trabajadores. Habitualmente, la actividad informal y su significación económica son difíciles de cuantificar, ya que los sistemas de registro de la actividad económica tienen como elemento clave el sistema de recaudación de impuestos y la información que esta recopila, lo que requiere el registro formal de las empresas y la declaración de actividades y movimientos financieros y productivos.

⁹ De este análisis quedan excluidos Nicaragua y Panamá debido a que sus encuestas de hogares no permiten identificar la afiliación al sistema de pensiones por parte de sus trabajadores.

Cuadro 4.12.

Iberoamérica (doce países): Afiliación a sistemas de pensiones del total de trabajadores, y trabajadores del sector cultural a/

(En miles de personas y porcentajes)

Año	Afiliación a sistemas de pensiones del total de trabajadores	Empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura						Subtotal	
		Afiliación a sistemas de pensiones de trabajadores del sector cultural		Afiliación a sistemas de pensiones de trabajadores en actividades auxiliares de la cultura		Empleo cultural y actividades auxiliares de la cultura		Porcentaje respecto del total de trabajadores de estos sectores	
		Porcentaje	Miles de personas	Porcentaje	Miles de personas	Porcentaje	Miles de personas		
Argentina b/	2011	52,8	239,8	60,7	19,5	76,3	259,4	61,6	
Bolivia, Est. Plur. de	2009	14,7	12,5	19,0	0,6	2,9	13,1	15,1	
Brasil	2012	60,7	739,1	62,0	697,7	80,1	1436,8	69,6	
Chile	2011	69,6	56,2	64,2	33,8	75,9	90,0	68,1	
Colombia	2012	33,1	86,0	42,1	36,6	71,3	122,6	48,0	
Costa Rica	2011	86,5	32,2	91,0	28,1	93,5	60,3	92,1	
Ecuador	2012	42,8	28,8	54,4	18,4	67,4	47,2	58,8	
El Salvador	2012	27,6	13,4	53,5	20,1	67,6	33,5	61,2	
Honduras	2010	17,5	11,7	36,9	1,8	40,7	13,5	37,4	
Paraguay	2010	17,0	5,4	19,4	2,2	16,8	7,6	18,6	
Perú	2012	30,4	49,5	33,3	33,8	36,2	83,3	34,4	
Uruguay	2011	72,4	29,9	70,6	11,4	76,3	41,3	75,0	
Iberoamérica (promedio simple)		43,8	1304,5	50,6	904,1	58,8	2208,6	53,3	
Iberoamérica (promedio ponderado)		50,9		56,5		72,6		62,5	

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ El universo para la pregunta de afiliación al sistema de pensiones difiere para cada uno de los países analizados. En Argentina la cobertura es solo para asalariados; en el caso de Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Paraguay y Uruguay, corresponde a personas ocupadas. Para Chile y Perú, el universo corresponde a población mayor de 15 años, en el primer caso, y de 14 años o más, en el segundo. En Ecuador la afiliación al sistema de pensiones se pide para el total de la población.

b/ Zonas urbanas.

Las aproximaciones a la medición de la economía informal son diversas y no están exentas de dificultades metodológicas. En la presente sección se utiliza una medición indirecta, ligada al grado de formalización con que los trabajadores se vinculan con sus empleadores; en concreto, a partir de su declaración acerca de la afiliación a sistemas de Seguridad Social¹⁰.

¹⁰ Otro indicador posible es la existencia y tipo de contrato de trabajo, pero su medición no es homogénea en la región.

El nivel de formalidad de los trabajadores, medido por el porcentaje afiliado a Seguridad Social, se muestra en el Cuadro 4.12. En términos generales, en la región se registran niveles relativamente bajos de formalidad laboral (43,8 % en doce países de la región); complementariamente, se aprecian altos niveles de informalidad (56,2 %). Esta situación varía mucho entre países, con niveles de formalidad menores al 20 % en Bolivia, Honduras y Paraguay, y cercanos o superiores al 70 % en Chile, Costa Rica y Uruguay.

Por otro lado, los trabajadores del sector cultural presentaron mayores niveles de afiliación que el total de trabajadores, con las excepciones de Chile y Uruguay. En los restantes países, las cifras son similares y, en algunos, como El Salvador, la afiliación a sistemas de pensiones de los trabajadores del sector cultural (el 53,5 %) casi dobló la afiliación del total de trabajadores (27,6 %). Aunque en general superiores, los niveles de formalidad en las actividades características de la cultura también son muy variables, desde en torno al 20 % de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en Bolivia y Paraguay, a más del 60 % en Argentina, Chile, Costa Rica y Uruguay.

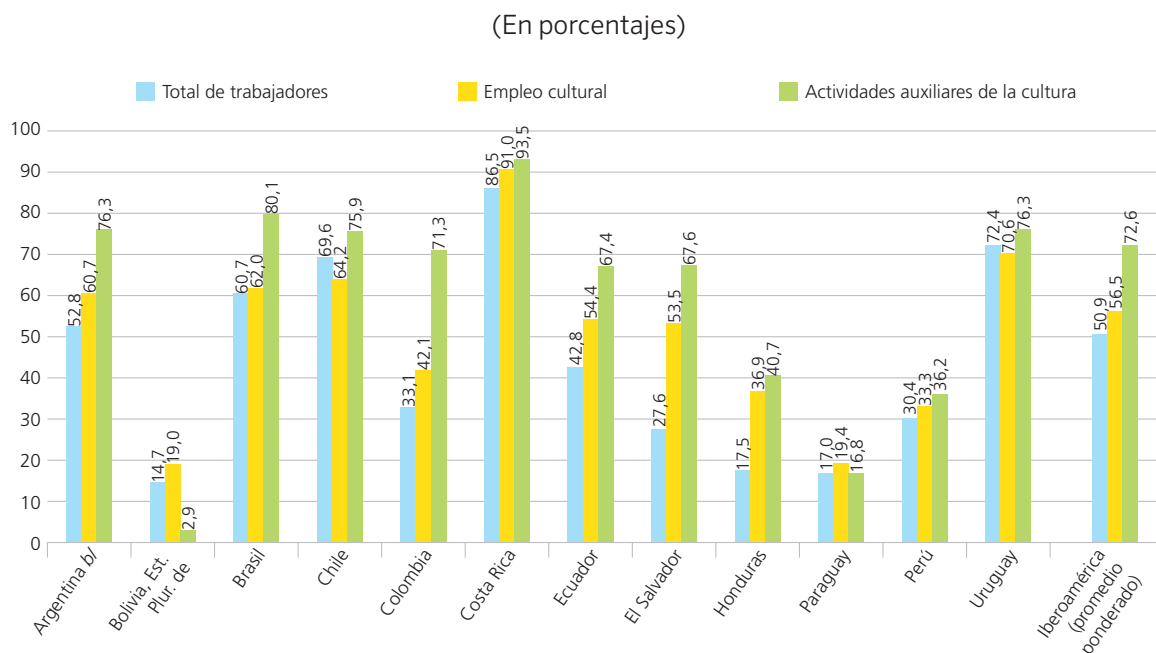
Para toda la región, el nivel de informalidad de los trabajadores en actividades culturales se acerca al 50 %, lo que sugiere un nivel significativo de subregistro de la actividad económica en esta área, lo que dificulta las estimaciones del aporte de este sector a la economía, principalmente en cuanto al volumen de recursos involucrados y de riqueza generada. Es probable que la participación del sector como porcentaje del producto interior bruto no se vea tan afectada, habida cuenta de que otros sectores de la economía presentan niveles de informalidad iguales o superiores al cultural.

Esta última apreciación se muestra en el Gráfico 4.7, que presenta la afiliación al sistema de pensiones del total de trabajadores en comparación con aquellos que desempeñan sus labores en el sector cultural y en actividades auxiliares de la cultura. Con la excepción del caso de Chile y Uruguay, la tendencia es que aquellas personas que realizan un trabajo cultural poseen un grado de formalidad laboral mayor que el total de trabajadores (en Costa Rica, el 91 % de trabajadores del sector cultural se encuentran afiliados al sistema de pensiones). Por otra parte, quienes desarrollan actividades auxiliares de la cultura, en la mayoría de los países, presentan un grado de informalidad laboral menor que las otras categorías, salvo en países como Bolivia y Paraguay.

Si bien existen diferencias entre los países de la región respecto del grado de formalidad de la fuerza laboral –con casos extremos como el de Bolivia (19 % de afiliación por parte de trabajadores del sector cultural) y el de Costa Rica (91 % de los trabajadores)–, en Latinoamérica el grado de formalidad sigue siendo bajo, como lo evidencia la proporción de trabajadores del sector cultural, que alcanza solo un 56,5 %, cifra muy cercana al 50,9 % del total de trabajadores.

Gráfico 4.7.

Iberoamérica (12 países): Afiliación a sistemas de pensiones del total de trabajadores, trabajadores del sector cultural y de actividades auxiliares de la cultura a/



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ El universo para la pregunta de afiliación a un sistema de pensiones difiere para cada uno de los países analizados. En Argentina, la cobertura es solo a asalariados; en Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Paraguay y Uruguay, corresponde a personas ocupadas. Para Chile y Perú, corresponde a población mayor de 15 años, en el primer caso, y de 14 años o más, en el segundo. En Ecuador, la afiliación al sistema de pensiones se pide para el total de la población.

b/ Zonas urbanas.

El panorama general asociado a las actividades características de la cultura dista de ser homogéneo. Los niveles de empleo cultural, la composición, los agentes que participan de este y la significación que posee en las economías presentan diferencias ostensibles entre los países de la región. Si bien algunos indicadores analizados evidencian valores similares en las sociedades latinoamericanas, existen países como Argentina, Costa Rica y Uruguay que parecieran ir un paso delante del resto de las economías latinoamericanas respecto de la significación del empleo cultural, así como del papel y la participación del Estado. Más allá de la posibilidad de prever un aumento de la significación del empleo cultural a nivel regional, no es posible dar cuenta de una tendencia que permita predecir el camino que tomará la región en cuanto a los niveles, la composición y la significación económica del empleo cultural.

Lo anterior se fundamenta en los inconvenientes metodológicos para cuantificar el empleo cultural y las actividades auxiliares desde instrumentos como las encuestas de hogares u otros

que posibiliten esta tarea. En ese sentido, ante la ausencia de clasificaciones homologables, estadísticas armonizadas o definiciones conceptuales adoptadas por los países que permitan capturar y desagregar diferentes actividades y ocupaciones, es probable encontrar cifras que puedan suponer subestimaciones o ser inestables en el tiempo. Esto dificulta también el medir los avances hechos desde organismos del Estado o desde la iniciativa privada en esta materia, lo que dificulta el conocimiento del avance real de la cultura y el aporte al desarrollo económico y social en nuestras sociedades.

Por estas razones, se deben fortalecer y complementar los instrumentos ya existentes para la medición de las actividades productivas culturales, de la misma forma que se deben buscar indicadores que evidencien y capturen adecuadamente el panorama de la región en este ámbito.

Por otra parte, aunque algunos indicadores –como el promedio de horas trabajadas y las remuneraciones medias mensuales– colocan en un mejor lugar a los trabajadores de actividades características de la cultura, se debe tener presente y guardar especial cuidado al realizar este tipo de afirmaciones. Es importante recordar el volumen que estos representan en el total de la economía, como también el dinamismo y la inestabilidad de las actividades productivas que realizan, lo que también parece indicar ciertos grados de precariedad en el empleo. El análisis del empleo cultural y las actividades en torno a este no solo requieren herramientas que permitan su captura de manera precisa, sino también claridad sobre las diferentes dimensiones y consideraciones que involucra su análisis.

Recuadro 4.2.

Aproximaciones sobre la informalidad y la cultura

El concepto de informalidad, forjado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en un informe de 1972 sobre los trabajadores pobres de Kenia (*Employment, incomes and equity: a strategy for increasing productive employment in Kenya*), ha conocido una serie de modificaciones en los últimos cuarenta años, que han originado diferentes análisis y propuestas de políticas para el mercado laboral. En esa ocasión se utilizó el concepto de sector informal para identificar a la enorme masa de trabajadores pobres que sobrevivían, producían y realizaban actividades de subsistencia fuera del marco legal. Desde entonces, varios expertos y organismos internacionales han reconocido que la informalidad es un fenómeno significativo en América Latina, región en la cual el mercado de trabajo no logra incorporar productivamente y de manera digna a la totalidad de la fuerza de trabajo, sin la implementación de medidas de política social y económica específicas. Tampoco hay desacuerdo en cuanto a los problemas que enfrentan los trabajadores informales en los países en desarrollo, más allá del bajo nivel de los ingresos laborales. Algunos de estos problemas se refieren a la inestabilidad laboral, la ausencia de derechos laborales, la falta de protección

social o el limitado acceso a jubilaciones, entre otros, debido a que el acceso a los sistemas de protección de los países latinoamericanos está predominantemente condicionado por la existencia de un contrato de trabajo formal.

En el pasado se elaboraron diversos enfoques para analizar la dinámica del sector informal, principalmente entre la década de los ochenta y los noventa, cuando diversos informes de la OIT, mediante PREALC, sostenían un punto de vista desde la racionalidad productiva al interpretar el sector informal como una «consecuencia del excedente de fuerza de trabajo y un problema estructural del desarrollo. La limitación de las economías de la región para crear empleos asalariados y formales suficientes, dadas las restricciones al crecimiento y la inversión prevalecientes en el largo plazo, constituye el determinante estructural de fondo».

Para la 17.ª Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo, la noción de empleo informal se basa en las características del empleo, trabajo o puesto de la persona y considera que las personas con un empleo informal son aquellas que en su relación laboral no están cubiertas por las normas de protección establecidas en la legislación laboral o social, sea por razones de hecho o de derecho. En la consideración jurídica del empleo se abre un flanco transversal para el uso conceptual, por cuanto cabe la posibilidad de encontrar situaciones de desprotección laboral incluso en el sector formal de la economía (empresas formales).

Parece existir un consenso cada vez mayor entre los investigadores del mundo desarrollado de que el campo de aplicación del término *sector informal* abarca «las acciones de los agentes económicos que no se adhieren a las normas institucionales establecidas o a los que se niega su protección» (Feige, 1990). O bien, incluye «todas las actividades generadoras de ingresos no reguladas por el Estado en entornos sociales en que sí están reguladas actividades similares» (Castells y Portes, 1989).

Por otra parte, estudios más recientes hacen referencia a que una intervención excesiva del Estado genera «imposibilidad de cumplimiento con las reglas de la formalidad, porque los trabajadores pueden encontrar en muchos segmentos del sector informal iguales o mejores beneficios que en la formalidad, lo que estimula el tránsito o escape hacia la informalidad». Esto supone un énfasis de políticas de desregulación estatal para favorecer la formalización.

Conforme a las transformaciones, Tokman (2007) señala que «el trabajo desprotegido y precario se concentra en el sector informal, pero se extiende también a las empresas formales y en las cadenas de producción para reducir costos y aumentar la flexibilidad. Esto lleva a la OIT a ampliar el concepto de sector informal, acuñado en los setenta, y sustituirlo por el de economía informal, que agrega al sector informal a todos los trabajadores empleados de manera precaria, directa o indirectamente por las empresas formales».

Sobre la informalidad en el sector cultural

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) de Chile define *sector cultural* como «el conjunto de ámbitos disciplinarios en los que se ha organizado y clasificado la actividad creativa en el

campo de la producción artística cultural, incluyendo música, artes visuales, artes audiovisuales, artes escénicas, danza, literatura, artesanías y un área de gestión y producción cultural».

Aunque la mayoría de las veces el trabajo en el sector cultural se presenta como un trabajo atípico (sin un contrato definido), se puede inferir que esto no es solo el resultado de un proceso creciente de flexibilización, sino que constituye una realidad instalada históricamente como parte de las formas de desempeño y desarrollo de la actividad laboral en el sector. La modalidad de trabajo predominante en el sector cultural se aproxima a la del trabajo independiente más que a la del dependiente.

Si bien hay quienes señalan que el modelo de trabajo flexible es típico en los ámbitos artístico y cultural, dado que el trabajo cultural generalmente crea productos únicos, huir de las rutinas laborales es fundamental para su creación y por ello aparece como incompatible con el contrato indefinido. Por otra parte se sostiene que la relación contractual atípica no solo puede ser vista como un requisito para el desempeño artístico y cultural sino que también es necesario reconocer que implica una enorme desigualdad en términos de protección social para los trabajadores del sector.

Un aspecto que expone Throsby (2001) se refiere a la «intermitencia» del trabajo en el sector cultural. Los trabajadores del sector no pueden vivir únicamente de los ingresos que les reporta su actividad «principal» y se ven obligados a realizar más de una actividad; es decir, deben recurrir al pluriempleo. Este opera como estrategia, en algunos casos, para incrementar los ingresos, mientras que en otros funciona como una forma de «mantenerse trabajando permanentemente» para conseguir cierta «regularidad laboral». Al respecto, una distinción planteada por Menger (2009, citado en CNCA, 2014) hace referencia al pluriempleo de acuerdo con una distinción cultural y no cultural, dado que en algunos casos este trabajo «complementario» potencia las capacidades de los agentes culturales, en circunstancias que, de no ser así, solo significarían beneficios económicos.

En 2010, el CNCA aún reconocía limitaciones en la obtención de información y varias situaciones que, para efecto de las mediciones, podían subestimar el impacto. Entre ellas se consignaron las asociaciones de carácter territorial o funcional que no serían detectadas por sistemas de medición económica; las actividades de creación que no se ven reflejadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) –lo cual se ilustra por la producción de festivales populares, entre otras actividades, que en general son informales o de difícil seguimiento; la actividad artístico-cultural realizada de manera secundaria a cargo de agentes cuya actividad principal no es la cultural, como por ejemplo, la oferta de extensión de las universidades (debido a que la medición se basa en actividades y no en productos, el aporte de estos agentes no se valora como cultural), y por último el aporte de la actividad artístico-cultural desarrollada por aficionados o voluntarios que la realizan como pasatiempo–.

Fuentes: Manuel Castells y Alejandro Portes, *World underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy*. En Alejandro Portes, Manuel Castells y Lauren Benton, *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, The John Hopkins University Press, Baltimore, 1989.

CNCA. *Una aproximación económica a la cultura en Chile, evolución del componente económico en el*

sector cultural (2006-2010), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014. Disponible en <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/aproximacion-economica-cultura-chile.pdf>.

Edgar L. Feige, *Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach*, World Development, Elsevier, vol. 18 (7), pp. 989-1002, julio, 1990.

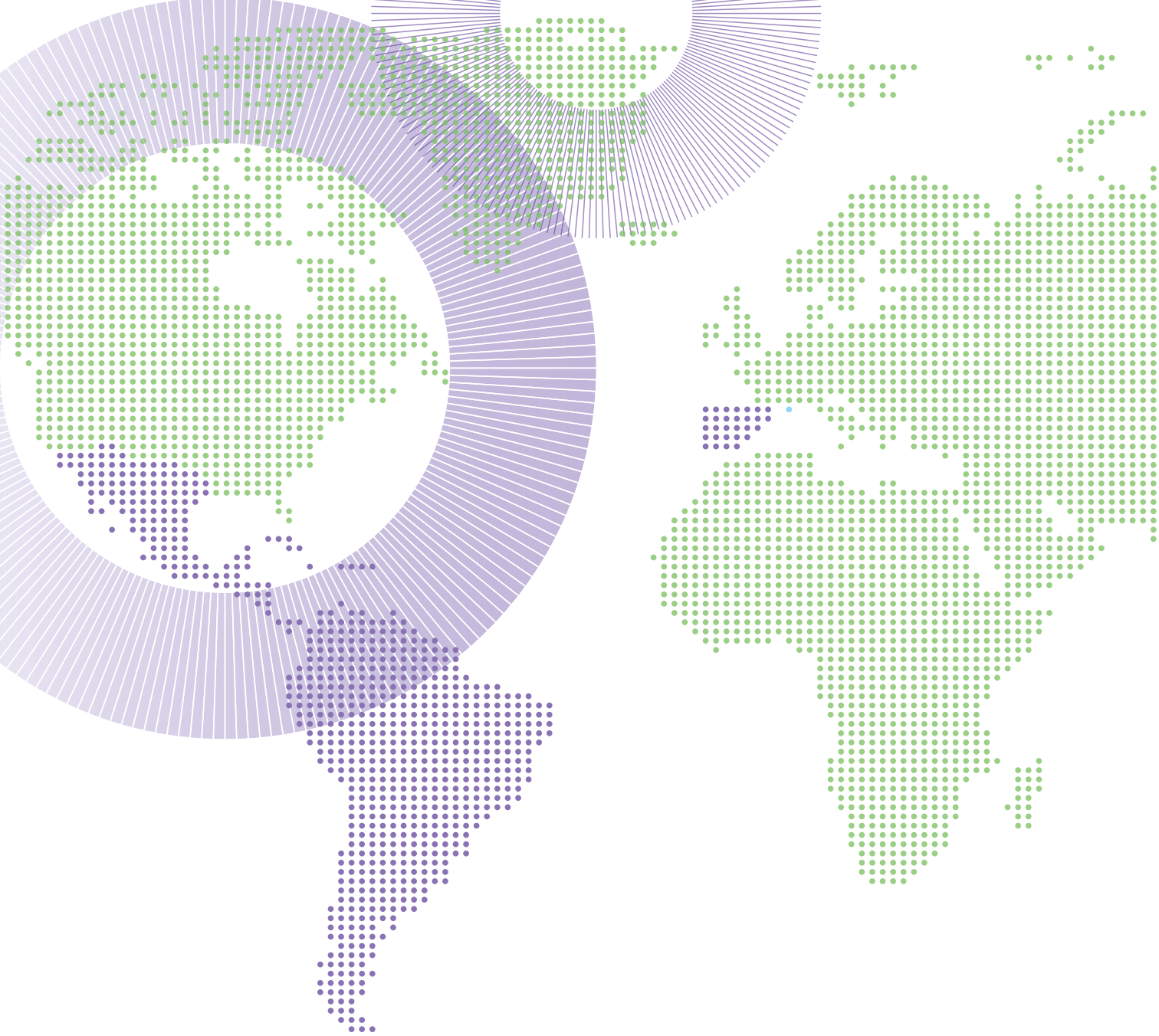
Alejandro Portes y William Halles, *La economía informal*, Serie Políticas Sociales, 100, Santiago de Chile, 2004. Publicación de las Naciones Unidas disponible en http://www.cepal.cl/publicaciones/xml/5/20845/sps100_lcl2218.pdf.

Víctor Tokman, *Informalidad, inseguridad y cohesión en América latina*, *Revista Internacional del Trabajo*, 126, 1-2, 2007. Disponible en: [http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09645/09645\(2007-126-1-2\)93-120.pdf](http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09645/09645(2007-126-1-2)93-120.pdf).

OIT. *Panorama Laboral*, OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Lima, 2011. Disponible en: [http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09577/09577\(2011\).pdf](http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09577/09577(2011).pdf).

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, *Los trabajadores del sector cultural en Chile. Estudio de caracterización*, Departamento de Estudios y Documentación, Convenio Andrés Bello (Colección Economía y Cultura), Bogotá, 2004. Disponible en: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Los-Trabajadores-del-Sector-Cultural.-Estudio-de-Characterizaci%C3%B3n.pdf>.

David Throsby, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2001.



EL COMERCIO INTERNACIONAL DE BIENES Y PRODUCTOS CULTURALES

5.1. Análisis del comercio internacional cultural iberoamericano

La relación entre cultura y comercio por medio de las transacciones de bienes y servicios culturales en el mercado internacional presenta en la actualidad una relevancia considerable, que no solo se plasma en discusiones tales como el carácter economicista que ha adquirido la cultura en las últimas décadas o la posible vulnerabilidad en la que quedan las identidades nacionales ante la masiva entrada de expresiones culturales ajenas a las propias, sino también en el propio desarrollo económico de los países (véase el Capítulo 1). En efecto, las importaciones y exportaciones de bienes culturales y auxiliares o de apoyo a la cultura figuran dentro de las contabilidades de cada nación en términos de volumen y como porcentaje del PIB, lo que sitúa la cultura como un elemento dinámico e influyente en el desarrollo de las economías nacionales.

A continuación se presenta la información disponible para los países de Iberoamérica, la obtenida de la base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE. Cabe señalar que esta base de datos no cuenta con información para Cuba y que, a excepción de Honduras, Panamá y Venezuela, del resto de los países solo dispone de información desde el año 2008 hasta el 2012. En el caso de Honduras, las cifras comienzan en 2009; en cuanto a Panamá y Venezuela, los datos informados llegan hasta el año 2011. Por ello, como se verá enseguida, en la mayoría de los análisis se optó por hallar el promedio de los dos últimos años disponibles, con el objetivo de incluir la información más actualizada posible sin excluir a los dos países que no presentan datos para 2012. Junto con esto, considerando que la reciente crisis financiera internacional comenzó en 2008 y ha afectado fuertemente al dinamismo de las exportaciones de las economías de la región, se incluyen análisis de las principales tendencias entre 2008 y 2012, lo que ha obligado en algunos casos a buscar las cifras promedio para dar mayor estabilidad a los datos y poder así observar las distintas evoluciones.

La información incluye tanto importaciones y exportaciones desde o hacia el mundo como dentro de Iberoamérica. En ambos casos, los datos se dividen entre bienes culturales y auxiliares de acuerdo con el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco, entendiendo por bienes au-

xiliares aquellos que contribuyen a la producción, difusión y consumo de los bienes culturales propiamente dichos. De ese modo, se distinguen seis dominios culturales, a saber, Patrimonio cultural y natural; Presentaciones artísticas y celebraciones; Artes visuales y artesanías; Libros y prensa; Medios audiovisuales e interactivos; y Diseño y servicios creativos. Asimismo, se hizo uso de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional, revisión 4 (CUCI 4); salvo en el caso de Venezuela, país al que, como contaba con la CUCI 3, se le homologaron los datos a la revisión 4 (para mayores detalles acerca de la homologación de códigos y clasificación por dominios, véase el anexo metodológico de la versión electrónica de este documento).

5.2. Las importaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura

► Importaciones desde el mundo

A nivel regional, en 2011-2012 el valor total de las importaciones de bienes culturales y auxiliares desde el mundo¹ fue de 56 849 millones de dólares (a precios de 2005), lo que representa el 5,4 % del total de importaciones de Iberoamérica y el 1,2 % del PIB. En dicho periodo, México y España se situaron como los países con el mayor volumen de importaciones –concentraron el 44 % y 18 %, respectivamente– del total de importaciones regionales de bienes culturales y auxiliares.

¹ Incluye Iberoamérica.

Cuadro 5.1.

Iberoamérica (veinte países): Volumen de las importaciones de bienes culturales y auxiliares desde el mundo a/, porcentaje respecto del total de importaciones y porcentaje del PIB, promedio 2011-2012

(En millones de dólares de 2005 y porcentajes)

	Total importaciones	Importaciones de bienes culturales y bienes auxiliares		Subtotal	Importaciones de bienes culturales y auxiliares	
		Volumen total de importaciones de bienes culturales	Volumen total de importaciones de bienes auxiliares		Como porcentaje del total de importaciones	Como porcentaje del PIB
		Millones de dólares			%	
Argentina	43 292	539	1 303	1 842	4,3	0,7
Bolivia, Est. Plur. de	4 108	30	74	104	2,5	0,8
Brasil	107 757	1 037	2 864	3 901	3,6	0,3
Chile	47 697	489	1 852	2 341	4,9	1,5
Colombia	31 816	306	1 589	1 895	6,0	1,0
Costa Rica	11 404	326	452	778	6,8	2,9
Ecuador	16 604	173	652	825	5,0	1,5
El Salvador	8 149	137	215	352	4,3	1,9
España	290 331	3 390	6 689	10 079	3,5	0,9
Guatemala	11 815	192	315	507	4,3	1,5
Honduras	5 832	64	157	221	3,8	1,8
México	313 156	7 820	17 084	24 904	8,0	2,5
Nicaragua	4 291	51	85	136	3,2	1,7
Panamá	17 844	395	957	1 352	7,6	5,3
Perú	25 738	307	1 113	1 420	5,5	1,1
Paraguay	5 369	260	549	809	15,1	7,0
Portugal	64 985	930	1 416	2 346	3,6	1,2
República Dominicana	16 587	838	222	1 060	6,4	2,1
Uruguay	5 800	55	175	230	4,0	0,9
Venezuela, Rep. Bol. de	20 907	874	873	1 747	8,4	1,0
Total regional	1 053 481	18 213	38 636	56 849	5,4	1,2

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

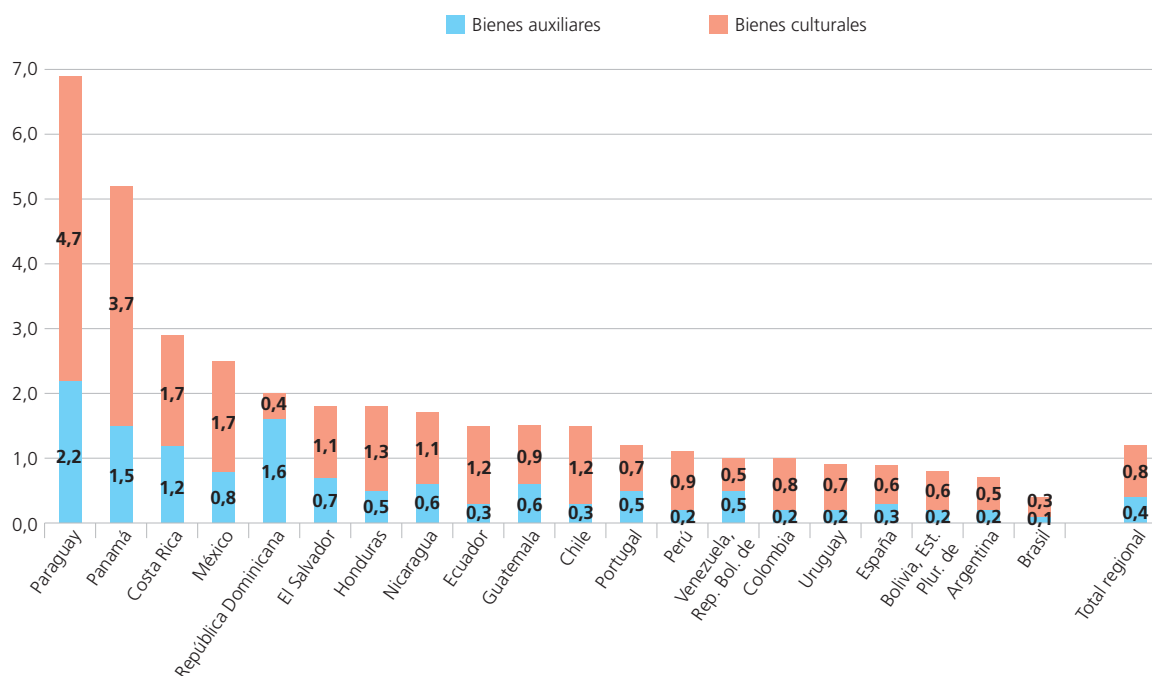
a/ Las cifras de importaciones están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

En porcentaje del PIB, Paraguay, Panamá y Costa Rica se ubican como los países con mayor nivel de importaciones en esta área, con el 7%, el 5,3% y el 2,9%, respectivamente (véase el Gráfico 5.1). Por otra parte, al analizar las importaciones de bienes culturales y auxiliares desde el mundo respecto del total de importaciones, Paraguay es el país que presenta un mayor nivel (15,1%), seguido de Venezuela (8,4%) y Panamá (7,6%).

Gráfico 5.1.

Iberoamérica (veinte países): Importaciones de bienes culturales y auxiliares respecto del PIB a/, periodo 2011-2012

(En porcentaje)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras de importaciones están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

A nivel regional, las importaciones de bienes auxiliares de la cultura son más significativas que las de bienes culturales (38 000 millones de dólares frente a 18 000), ya que corresponden al 68% de las importaciones. Colombia y Chile son los países donde las importaciones de bienes culturales tienen menor significación respecto de los bienes auxiliares de la cultura: 16% y 21%, respectivamente, del total de importaciones culturales (bienes culturales y bienes auxiliares). Bien al contrario, en la República Dominicana y en Venezuela, las importaciones de bienes característicos de la cultura son las más relevantes (más de 50% de las importaciones del sector). En cambio, en países como Paraguay y Panamá, los bienes auxiliares representaron el 4,7% y el 3,7% de sus PIB, respectivamente; en contraposición a lo que significaron los bienes culturales, a saber, el 2,2% y el 1,5%, en el mismo orden. Esto también puede observarse en el Gráfico 5.1 de importaciones de bienes culturales y auxiliares respecto del PIB.

En términos de la evolución que presentan las importaciones de bienes culturales y auxiliares desde el mundo entre los años 2008 y 2012, las caídas más significativas corresponden a Es-

paña y Venezuela. En el caso del país europeo, dicha disminución es comprensible en tanto en cuanto se consideren los pronunciados efectos de la pasada crisis económica en ese continente, especialmente en España, que entre 2008 y 2012, vio disminuir un 30,9% las importaciones de productos culturales y auxiliares. A España le sigue Portugal, con una disminución del 25,8%. Ahora bien, en el caso latinoamericano, Venezuela registra una disminución del 54% entre 2008 y 2011. También vieron disminuir sus importaciones de bienes culturales y auxiliares Argentina, Costa Rica, Guatemala, Panamá y Paraguay (véase el anexo estadístico en la versión electrónica de este documento).

► Importaciones desde Iberoamérica

En el caso del comercio intrarregional, el total de las importaciones de bienes culturales y auxiliares en 2011-2012 fue de 4152 millones de dólares (a precios de 2005); volumen que significó un 0,1% del PIB regional, un 2,4% del total de importaciones realizadas por los países iberoamericanos y un 7,3% del total de importaciones de bienes culturales y auxiliares desde todo el mundo.

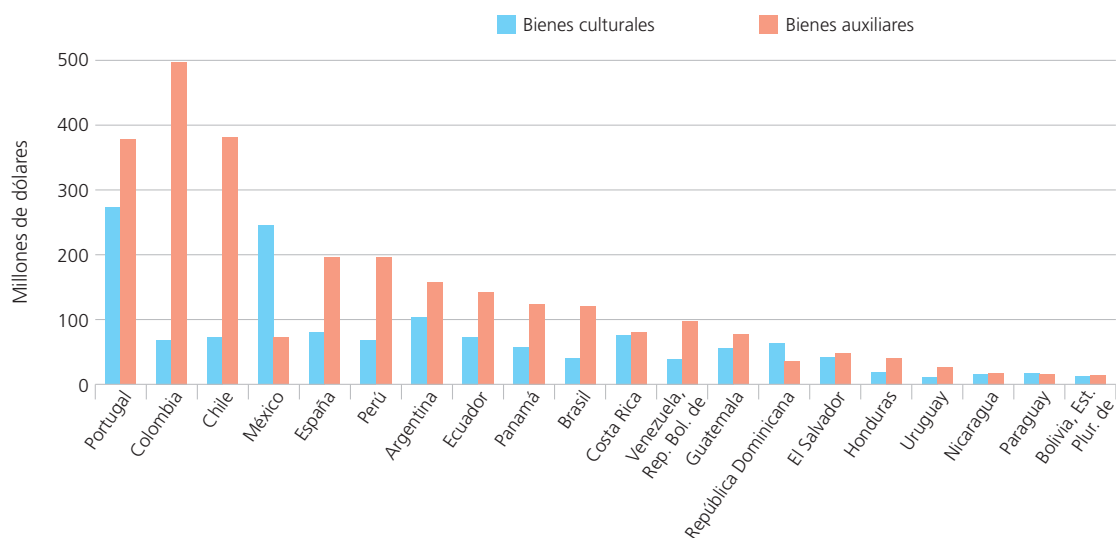
En el periodo 2011-2012, los países que presentan una mayor participación en términos de volumen son Portugal, Colombia y Chile, que concentraron el 15,7%, el 13,6% y el 10,9% del total intrarregional (véase el Gráfico 5.2). A diferencia de las importaciones desde el mundo, campo en el que España y México representan más de la mitad de las transacciones (tanto en todas las importaciones como en importaciones de bienes y servicios culturales y auxiliares de la cultura), la compra de productos desde Iberoamérica encuentra una distribución menos heterogénea entre los países.

Ahora bien, aun cuando Portugal se sitúa como el país con el mayor volumen de importaciones a nivel intrarregional, al observar su evolución entre 2008 y 2012, se evidencia una importante disminución en sus transacciones, pues entre uno y otro año registra una caída en el volumen de recursos involucrados en importaciones culturales (y auxiliares) desde el resto de Iberoamérica del 43,3% (en Argentina se registró una disminución similar). Por su parte, Venezuela se constituye como el país con la disminución más importante a nivel latinoamericano: un -80,6% entre 2008 y 2011.

Gráfico 5.2.

Iberoamérica (veinte países): Importaciones de bienes culturales y auxiliares desde Iberoamérica a/, promedio 2011-2012

(En dólares de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

En cuanto al tipo de bien importado, cabe destacar el comportamiento que presenta México en el comercio iberoamericano frente al comercio mundial. Como se observa en el Gráfico 5.2, a diferencia de las importaciones desde el mundo –ámbito en que los bienes auxiliares para la cultura representan un mayor volumen–, a nivel intrarregional, México importa una mayor cantidad de bienes culturales: en el periodo 2011-2012, sus importaciones significaron 245 millones de dólares (a precios de 2005), en contraposición a los 72 millones de dólares que implicaron las importaciones de bienes auxiliares.

Principales tendencias a nivel mundial y regional

Como se ha visto, el análisis de la participación de los países en el mercado internacional cultural puede realizarse desde distintas perspectivas o considerando distintas variables. Así, es posible analizar la participación a partir, en primer lugar, del volumen de dólares que intervienen en las transacciones; en segundo lugar, de las importaciones de bienes culturales y auxiliares respecto del total de importaciones que realizan los países; y, en tercer lugar, del nivel de entradas de bienes culturales y auxiliares respecto del PIB del país. El Cuadro 5.2 sintetiza esta

información para el periodo 2011-2012; en él figuran los cinco países que registran un mayor nivel de importaciones de bienes culturales y auxiliares en los términos recién señalados y en relación con el mercado mundial y el mercado iberoamericano.

Cuadro 5.2.

Países con mayor participación en importaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura desde todo el mundo y desde Iberoamérica, promedio 2011-2012

Volumen / %	N.º	Importaciones desde el mundo			Importaciones desde Iberoamérica		
		Bienes culturales	Bienes auxiliares	Culturales y auxiliares	Bienes culturales	Bienes auxiliares	Culturales y auxiliares
En USD 2005	1.º	México	México	México	Portugal	Colombia	Portugal
	2.º	España	España	España	México	Chile	Colombia
	3.º	Brasil	Brasil	Brasil	Argentina	Portugal	Chile
	4.º	Portugal	Chile	Portugal	España	España	México
	5.º	Venezuela, Rep. Bol. de	Colombia	Chile	Costa Rica	Perú	España
Como porcentaje del total de importaciones	1.º	República Dominicana	Paraguay	Paraguay	Costa Rica	Colombia	Panamá
	2.º	Paraguay	México	Venezuela, Rep. Bol. de	Panamá	Panamá	Colombia
	3.º	Venezuela, Rep. Bol. de	Panamá	México	República Dominicana	Costa Rica	Costa Rica
	4.º	Costa Rica	Colombia	Panamá	México	Chile	Ecuador
	5.º	México	Perú	Costa Rica	Guatemala	Ecuador	Chile
Como porcentaje del PIB	1.º	Paraguay	Paraguay	Paraguay	Costa Rica	Panamá	Panamá
	2.º	República Dominicana	Panamá	Panamá	Panamá	Honduras	Costa Rica
	3.º	Panamá	Costa Rica	Costa Rica	El Salvador	Costa Rica	Honduras
	4.º	Costa Rica	México	México	Nicaragua	Ecuador	El Salvador
	5.º	México	Honduras	República Dominicana	Guatemala	El Salvador	Nicaragua

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

De ese modo, en el caso del mercado mundial, México, España y Brasil se sitúan como los países con un mayor nivel de importaciones en términos de volumen. Sin embargo, en relación con el total de importaciones, los países que importaron una mayor cantidad de bienes culturales y auxiliares son la República Dominicana y Paraguay. Asimismo, en el caso de las importaciones respecto del PIB, Paraguay vuelve a situarse, junto con la República Dominicana y Panamá, como el país con una mayor compra de bienes culturales y auxiliares de la cultura.

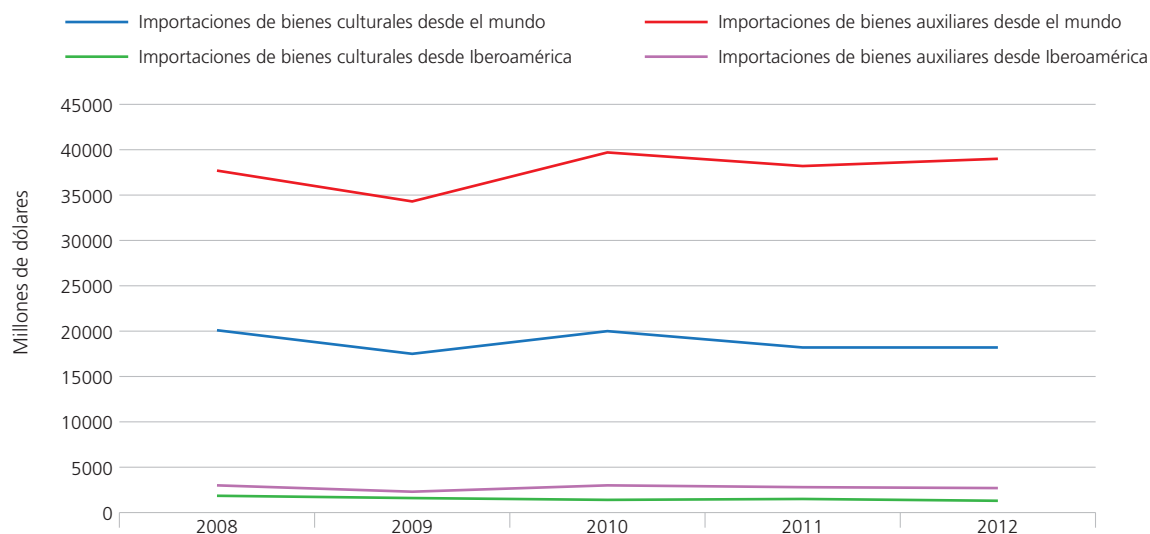
En el caso del mercado iberoamericano, varían los países que tienen mayor participación: esta vez destacan Portugal y Colombia en el caso de importaciones en términos de volumen. Por otro lado, en relación con el total de importaciones, Costa Rica, Colombia y Panamá se ubican como los países con un mayor nivel de importaciones de bienes culturales y auxiliares de la cul-

tura. Asimismo, Costa Rica y Panamá son los países con un mayor nivel de compras de bienes culturales y auxiliares respecto de sus PIB correspondientes.

Gráfico 5.3.

Iberoamérica (veinte países): importaciones desde el mundo y desde Iberoamérica, según bienes culturales y bienes auxiliares, 2008-2012

(En millones de dólares de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

Así como en relación con el PIB los productos más importados son bienes auxiliares, también en términos del volumen de las transacciones estos tipos de bienes se ubican como los productos culturales más importados en la región (véase el Gráfico 5.3). Ya sean importados desde el mundo o desde Iberoamérica, los bienes auxiliares superan con creces a los bienes culturales propiamente dichos. Para el año 2012, el total regional de importaciones de bienes culturales y auxiliares desde el mundo fue de más de 57 000 millones de dólares; 39 000 de los cuales correspondieron a bienes auxiliares. La misma transacción desde Iberoamérica correspondió a poco más de 4 000 millones de dólares; el 66% estuvo destinado a la compra de bienes de carácter auxiliar.

En efecto, la comercialización de bienes auxiliares supera a la de bienes culturales, tanto para las importaciones desde el mundo como desde Iberoamérica. Como se observa en el Cuadro 5.3, los productos auxiliares significan la mayor parte de las adquisiciones del total regional y representan el 68% de las importaciones desde el mundo y el 65,5% de las realizadas desde Iberoamérica. No obstante, tal y como se señalaba más arriba, a nivel iberoamericano, para

países como México, Paraguay y la República Dominicana, los bienes culturales se constituyeron como los productos más importados. En ese sentido, llaman la atención los casos de México y Paraguay, que a nivel mundial importan sobre todo productos auxiliares, mientras que, a nivel regional, la mayoría de los bienes que adquieren son productos culturales.

Cuadro 5.3.

Iberoamérica (veinte países): Importaciones desde el mundo y desde Iberoamérica a/, según bienes culturales y auxiliares, promedio 2011-2012

(En porcentaje del total de bienes culturales y auxiliares)

	Mundo		Iberoamérica	
	Bienes culturales	Bienes auxiliares	Bienes culturales	Bienes auxiliares
	%	%	%	%
Argentina	29,2	70,8	39,8	60,2
Bolivia, Est. Plur. de	29,1	70,9	48	52
Brasil	26,6	73,4	24,9	75,1
Chile	20,9	79,1	16,1	83,9
Colombia	16,2	83,8	12	88
Costa Rica	42	58	48,4	51,6
Ecuador	21	79	34	66
El Salvador	38,8	61,2	46,4	53,6
España	33,6	66,4	29,3	70,7
Guatemala	37,8	62,2	42,1	57,9
Honduras	28,9	71,1	30,9	69,1
México	31,4	68,6	77,2	22,8
Nicaragua	37,6	62,4	49	51
Panamá	29,2	70,8	31,8	68,2
Perú	21,6	78,4	25,6	74,4
Paraguay	32,2	67,8	53,4	46,6
Portugal	39,7	60,3	41,9	58,1
República Dominicana	79	21	64,3	35,7
Uruguay	23,8	76,2	30,5	69,5
Venezuela, Rep. Bol. de	50	50	28,5	71,5
Total regional	32	68	34,5	65,5

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

Ahora bien, considerando que en términos de volumen la mayoría de los bienes importados son auxiliares, el tipo de dominio al que pertenecen casi todos los productos comercializados es el de medios audiovisuales e interactivos, que representan para el periodo 2011-2012 un 90,3% del total regional de bienes auxiliares importados (véase el Cuadro 5.4). A su vez, dentro de los artículos correspondientes a este dominio, aquellos más solicitados por los países ibe-

roamericanos son los monitores y proyectores, las máquinas automáticas para procesamiento de datos y los aparatos transmisores.

Cuadro 5.4.

**Iberoamérica (veinte países): Importaciones desde el mundo de bienes culturales y auxiliares a/
según dominio b/, promedio 2011-2012**

(En porcentaje del total de importaciones culturales)

	Patrimonio cultural y natural	Presentaciones artísticas y celebraciones		Artes visuales y artesanías		Libros y prensa		Medios audiovisuales e interactivos		Diseño y servicios creativos
	Culturales	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Culturales
Argentina	0,1	20,2	7,7	58,5	4,7	11,9	1,3	9,3	86,3	...
Bolivia, Est. Plur. de	...	22,3	8,6	49,9	6,4	25,7	2,8	2	82,3	0,1
Brasil	0,2	22,7	7,4	64,8	4,8	9,1	0,7	3,2	87,1	0,1
Chile	0,2	23,1	5,9	52,5	2,4	10,9	0,7	13,3	91,1	0,01
Colombia	0,01	21,6	4,6	55,3	2,5	15,6	0,8	7,5	92,1	0,01
Costa Rica	0,02	6,8	11,4	82,6	1,9	9,6	0,5	0,9	86,3	...
Ecuador	0,01	21,9	6,1	55,4	2,8	21,4	1,2	1,3	90	0,04
El Salvador	0,01	15,7	6	66,8	2,6	16	2,4	1,5	89	...
España	0,6	13,9	5,2	61,1	4,2	13,8	0,3	10,6	90,4	0,1
Guatemala	...	16,2	7,8	62,7	5,2	18,5	1	2,6	86,1	0,1
Honduras	0,01	22,7	5,7	45,1	2,9	29,4	0,8	2,8	90,7	0,02
México	0,02	8	6,1	82,8	2,6	5	0,3	4,2	91	0,01
Nicaragua	0,1	32,9	6,5	35	10,4	29,7	0,2	2,4	82,9	0,02
Panamá	0,02	12,7	12,1	57,7	1,7	14,9	0,1	13,4	86,2	1,3
Perú	0,1	22,4	4,6	53,6	3	16,7	1	7,3	91,4	0,01
Paraguay	0,4	20,1	7,8	11	0,9	2,6	0,1	65,9	91,2	...
Portugal	0,1	8,9	4,6	68,9	3,5	16	0,1	6,1	91,8	0,02
República Dominicana	0,01	2,6	9,1	93,7	4	3,5	2,3	0,2	84,7	0,01
Uruguay	0,01	16	4,6	76,5	2,7	1,6	1,1	5,9	91,6	...
Venezuela, Rep. Bol. de	...	2,5	3,3	3,2	3,2	0,4	0,4	94	93,2	...
Total regional	0,1	11,4	6,1	68,7	3,2	8,7	0,5	11	90,3	0,1

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

b/ No hay bienes auxiliares asociados al dominio Patrimonio cultural y natural, y tampoco al de Diseño y servicios creativos (los bienes auxiliares de este último dominio son clasificados en su mayoría dentro de Medios audiovisuales e interactivos).

La situación anterior cambia, no obstante, al revisar el comercio de los bienes culturales propiamente dichos. Como se observa en el Cuadro 5.4, son los bienes relativos a las artes visuales y artesanías los que representan la mayor cantidad de recursos destinados a la importación en la región, un 68,7% del total regional de bienes culturales importados. A su vez, del conjunto de artículos que comprende esta clasificación, aquellos más comercializados son los artículos de joyería y sus piezas, los metales preciosos o los metales enchapados con metales preciosos.

5.3. Las exportaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura

► Exportaciones hacia el mundo

En el periodo 2011-2012, el valor de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares desde Iberoamérica hacia el mundo fue de 45 000 millones de dólares (a precios de 2005), lo que representa el 4,4% del total de exportaciones y el 1% del PIB. Al igual que en las importaciones, México se sitúa como el país con el mayor volumen de exportaciones, si bien en este caso concentra la mayoría del comercio, un 81,7% del total regional. Le sigue España con algo más de 9% del total.

Cuadro 5.5.

Iberoamérica (veinte países): Volumen de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares hacia el mundo a/, porcentaje del total de exportaciones y porcentaje del PIB, promedio 2011-2012

(En millones de dólares de 2005 y porcentajes)

	Total exportaciones	Exportaciones de bienes culturales y bienes auxiliares		Subtotal	Exportaciones de bienes culturales y auxiliares	
		Volumen total de exportaciones de bienes culturales	Volumen total de exportaciones de bienes auxiliares		Como porcentaje del total de exportaciones	Como porcentaje del PIB
Argentina	49982	77	58	135	0,3	0,0
Bolivia, Est. Plur. de	5284	31	0	31	0,6	0,2
Brasil	119436	217	176	393	0,3	0,0
Chile	49272	70	111	181	0,4	0,1
Colombia	33077	126	11	137	0,4	0,1
Costa Rica	6680	69	43	111	1,7	0,4
Ecuador	15497	8	10	18	0,1	0,0
El Salvador	4288	64	8	72	1,7	0,4
España	246402	2420	1655	4075	1,7	0,3
Guatemala	7137	44	15	59	0,8	0,2
Honduras	2895	6	3	9	0,3	0,1
México	312727	2333	34440	36772	11,8	3,6
Nicaragua	1945	2	1	3	0,1	0,0
Panamá	11913	238	746	985	8,3	3,8
Perú	29502	82	10	92	0,3	0,1
Paraguay	3374	1	2	3	0,1	0,0
Portugal	50047	464	1279	1744	3,5	0,9
República Dominicana	5777	190	5	195	3,4	0,4
Uruguay	4307	6	1	8	0,2	0,0
Venezuela, Rep. Bol. de	52480	2	4	6	0,0	0,0
Total regional	1 012 024	6451	38 578	45 029	4,4	1,0

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

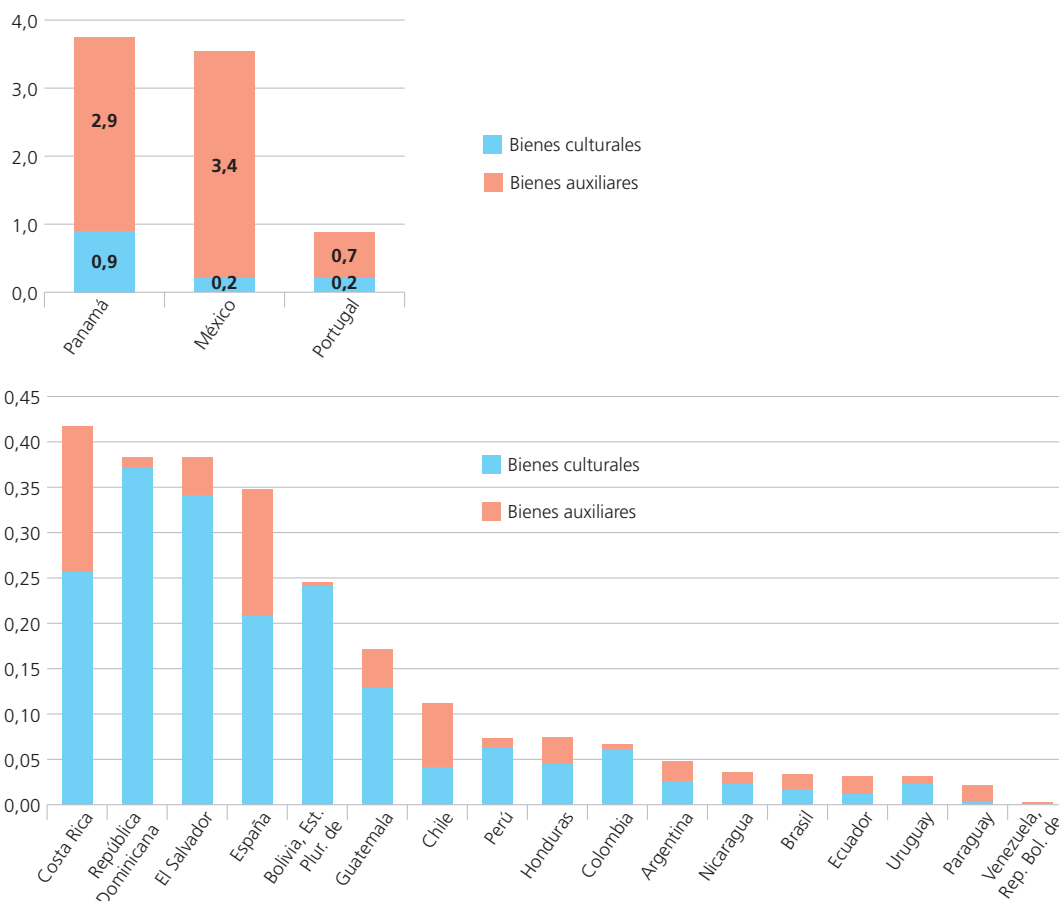
En porcentaje del PIB, los países con mayor significación de exportaciones culturales y de bienes auxiliares fueron Panamá y México, con una participación del 3,8% y del 3,6%, respectivamente. Asimismo, en el caso de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares respecto del total de exportaciones, nuevamente ambos países se sitúan con los mayores niveles de comercialización en el ámbito cultural: México registra un 11,8% de salidas de bienes culturales y auxiliares, y Panamá un 8,3%, ambos datos en relación con el total de exportaciones de cada país.

Según el tipo de bien comercializado, como se observa en el Gráfico 5.4, en el periodo 2011-2012, al igual que sucedía en las importaciones, son los bienes auxiliares los que representan una mayor parte del PIB entre los países con más participación. Si bien este punto se estudiará en detalle más adelante, cabe destacar que Panamá y México se colocan a una distancia considerable del resto de países iberoamericanos como los países con mayor nivel de exportaciones de bienes auxiliares respecto del PIB, ya que registran valores del 2,9% y de 3,4%, respectivamente.

Gráfico 5.4.

Iberoamérica (veinte países): Exportaciones de bienes culturales y auxiliares respecto del PIB a/, periodo 2011-2012

(En porcentaje)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), a partir de la base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

Al observar la evolución de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares hacia el mundo entre los años 2008 y 2012, las disminuciones más significativas se registran en Costa Rica, ya que en este periodo conoció un descenso del 86,2%. Le siguen la República Dominicana y Colombia, con -62,8% y -62,4%, respectivamente. Dieciséis de los veinte países vieron reducirse sus exportaciones culturales y de bienes auxiliares, con las excepciones de Guatemala, Honduras, Paraguay y Portugal. No obstante estas caídas, el agregado regional registró un alza de 3,3% (véase el anexo estadístico en la versión electrónica de este documento).

► Exportaciones hacia Iberoamérica

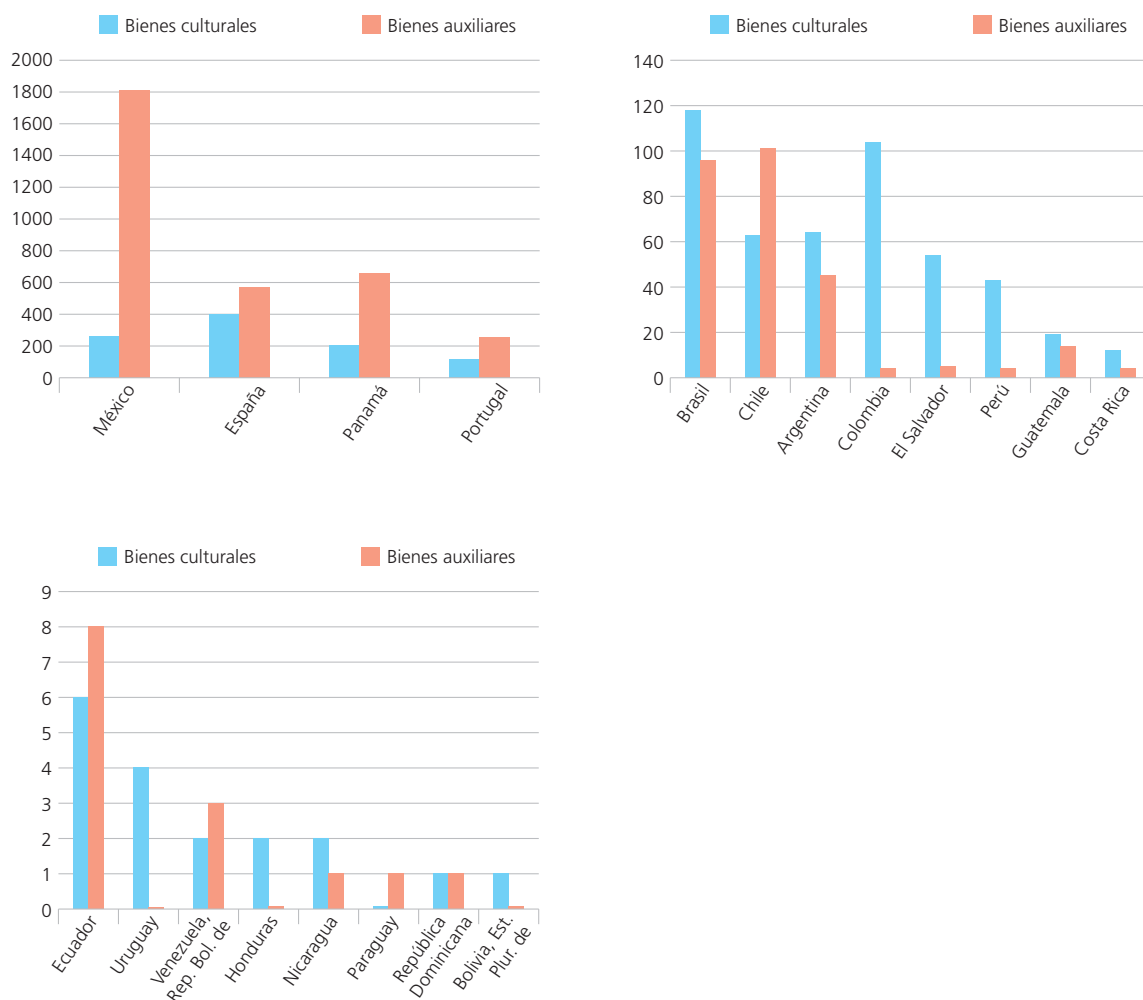
Por su parte, el total de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares hacia Iberoamérica en el periodo 2011-2012, a nivel regional, fue de poco más de 5 000 millones de dólares (a precios de 2005); lo que significa un 3,1% del total de exportaciones y el 0,11% del PIB. México se constituye como el país con una mayor participación en términos de volumen de las transacciones, ya que concentra el 40,9% del total del comercio regional. Le siguen España y Panamá, con un 19,2% y un 17,1%, respectivamente.

En este mismo sentido, cabe destacar la heterogeneidad de los niveles de exportación de bienes culturales y auxiliares en términos de volumen dentro del comercio iberoamericano. Como se observa en el Gráfico 5.5, es posible distinguir tres grupos dentro de la región: el primero, liderado por México, presenta un rango máximo de exportaciones (de la suma de bienes culturales y auxiliares), que supera los 2 000 millones de dólares, a diferencia de los otros dos grupos, en los que las cifras superiores bordean los 200 y los 15 millones de dólares, respectivamente.

Gráfico 5.5.

Iberoamérica (veinte países): Exportaciones de bienes culturales y auxiliares a Iberoamérica a/, promedio 2011-2012

(En dólares de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

Por otro lado, al observar la evolución de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares a Iberoamérica, los países que experimentaron un crecimiento más importante en sus transacciones entre los años 2008 y 2012 fueron México, El Salvador, Nicaragua y Paraguay. Este último fue el más destacado porque duplicó sus exportaciones a la región. Por su parte, países como la República Dominicana, Colombia y Ecuador sufrieron las caídas más importantes, con

un 74,8%, un 63,1% y un 62%, respectivamente. Cabe mencionar que solo seis de los veinte países analizados aumentaron sus exportaciones de bienes culturales y de bienes auxiliares de la cultura (véase el anexo estadístico en la versión electrónica de este documento).

► Principales tendencias a nivel mundial y regional

Como se adelantaba anteriormente, dentro de la región es posible identificar a un conjunto de países que predominan en el mercado de las exportaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura, ya sea hacia el mundo o hacia Iberoamérica. Con respecto al comercio mundial, como se observa en el Cuadro 5.6, en el periodo 2011-2012, España y México se sitúan como los países con una mayor cantidad de exportaciones en lo que respecta a volumen. Ahora bien, según el total de exportaciones, aquellos países que presentan una mayor cantidad de ventas de bienes culturales y auxiliares son la República Dominicana, México y Panamá. Asimismo, en términos del PIB, estos tres últimos países son los que se sitúan entre los primeros lugares.

De ese modo, se observa que la tendencia, en el mercado iberoamericano, no varía en gran medida. Más bien al contrario, países como México, España y Panamá vuelven a situarse en los primeros lugares de exportaciones de bienes culturales y auxiliares de la cultura, ya sea por volumen, en relación con el total de exportaciones o con el PIB.

Cuadro 5.6.

Países con mayor participación en exportaciones hacia el mundo y hacia Iberoamérica, promedio 2011-2012

Volumen / %	N.º	Exportaciones hacia el mundo			Exportaciones hacia Iberoamérica		
		Bienes culturales	Bienes auxiliares	Culturales y auxiliares	Bienes culturales	Bienes auxiliares	Culturales y auxiliares
En USD 2005	1.º	España	México	México	España	México	México
	2.º	México	España	España	México	Panamá	España
	3.º	Portugal	Portugal	Portugal	Panamá	España	Panamá
	4.º	Panamá	Panamá	Panamá	Portugal	Portugal	Portugal
	5.º	Brasil	Brasil	Brasil	Brasil	Chile	Brasil
Como porcentaje del total de exportaciones	1.º	República Dominicana	México	México	Panamá	Panamá	Panamá
	2.º	Panamá	Panamá	Panamá	El Salvador	México	México
	3.º	El Salvador	Portugal	Portugal	España	Portugal	España
	4.º	Costa Rica	España	República Dominicana	Colombia	España	El Salvador
	5.º	España	Costa Rica	El Salvador	México	Chile	Portugal
Como porcentaje del PIB	1.º	Panamá	México	Panamá	Panamá	Panamá	Panamá
	2.º	República Dominicana	Panamá	México	El Salvador	México	El Salvador
	3.º	El Salvador	Portugal	Portugal	Portugal	Portugal	México
	4.º	Costa Rica	Costa Rica	Costa Rica	Guatemala	Chile	Portugal
	5.º	Bolivia, Est. Plur. de	España	República Dominicana	Colombia	España	Chile

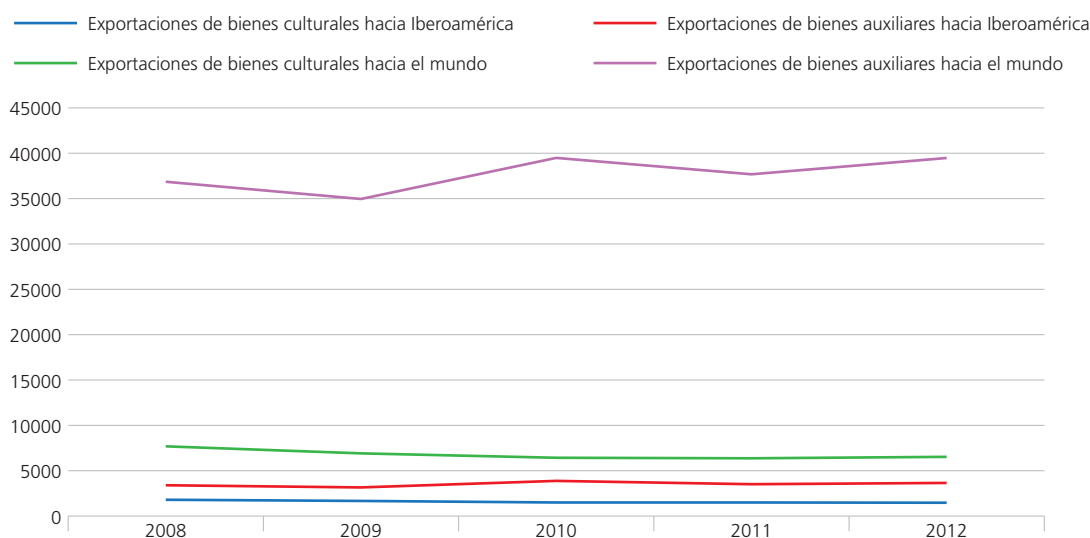
Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

Por otro lado, una de las tendencias más destacadas en el ámbito de las exportaciones es la brecha entre las transacciones de bienes culturales y las de bienes auxiliares. Especialmente en el caso del comercio mundial, es decir, de las exportaciones hacia el mundo, los bienes auxiliares se ubican como el tipo de producto más exportado en términos de volumen (véase el Gráfico 5.6). En cualquier momento del periodo 2008-2012, las exportaciones de bienes auxiliares hacia el mundo superan ampliamente a las exportaciones de bienes culturales. Así, en el año 2012, por ejemplo, el total regional de bienes auxiliares exportados hacia el mundo fue de 39 477 millones de dólares (a precios de 2005), es decir, el 86 % del total de exportaciones de bienes auxiliares y culturales hacia el mundo de ese año.

Gráfico 5.6.

Iberoamérica (veinte países): exportaciones hacia el mundo y hacia Iberoamérica, según bienes culturales y bienes auxiliares a/, promedio 2011-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

No obstante, si se observa el detalle por países, se evidencia que en la mayoría de ellos el tipo de bien más comercializado corresponde al de tipo cultural. En efecto, de un total de veinte países iberoamericanos, en trece de ellos las exportaciones de bienes culturales representan más de la mitad del total de los bienes exportados (véase el Cuadro 5.7). Destacan especialmente Bolivia, la República Dominicana y Colombia, países en los que más del 90 % de sus bienes exportados correspondieron a bienes culturales.

Cuadro 5.7.

Iberoamérica (veinte países): exportaciones hacia el mundo y hacia la región de bienes culturales y auxiliares a/, promedio 2011-2012

(En porcentaje del total de bienes culturales y auxiliares exportados)

	Mundo		Iberoamérica	
	Bienes culturales	Bienes auxiliares	Bienes culturales	Bienes auxiliares
	%	%	%	%
Argentina	57	43	58,4	41,6
Bolivia, Est. Plur. de	99,9	0,1	99,3	0,7
Brasil	55,2	44,8	55,1	44,9
Chile	38,6	61,4	38,4	61,6
Colombia	92,2	7,8	96,2	3,8
Costa Rica	61,8	38,2	73,7	26,3
Ecuador	45,2	54,8	43	57
El Salvador	89,5	10,5	91,8	8,2
España	59,4	40,6	41,3	58,7
Guatemala	75	25	57,7	42,3
Honduras	66	34	86,8	13,2
México	6,3	93,7	12,7	87,3
Nicaragua	65,8	34,2	72,9	27,1
Panamá	24,2	75,8	23,7	76,3
Perú	89	11	91,3	8,7
Paraguay	19,2	80,8	23,9	76,1
Portugal	26,6	73,4	31,6	68,4
República Dominicana	97,4	2,6	61,7	38,3
Uruguay	82,8	17,2	92,7	7,3
Venezuela, Rep. Bol. de	32,4	67,6	40,7	59,3
Total regional	14,3	85,7	29,2	70,8

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

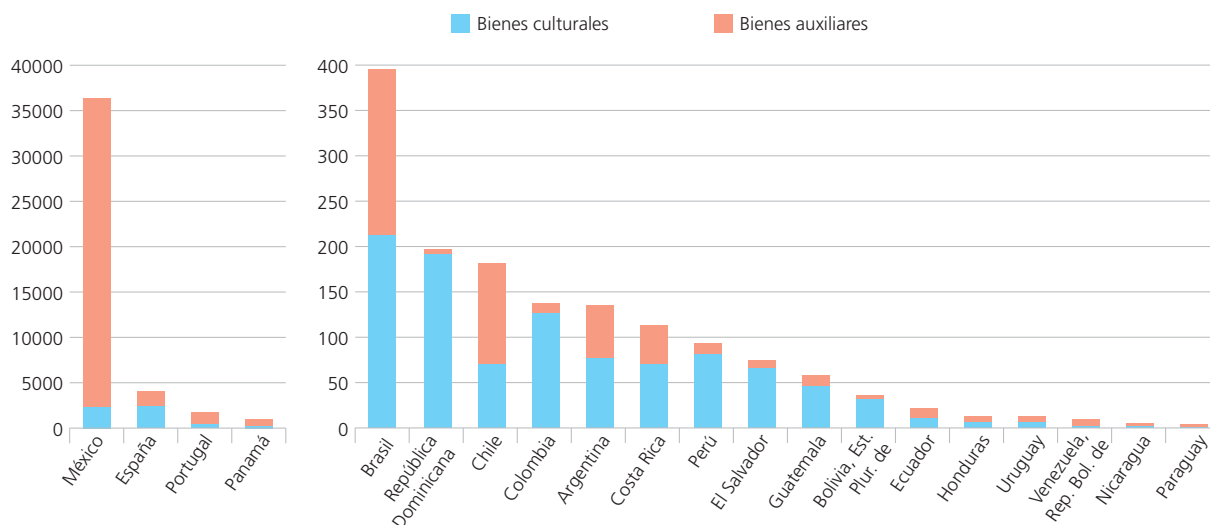
a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

Esta paradoja se explica por el hecho de que, si bien la mayoría de los países exportó más bienes culturales, aquellos países que exportaron más bienes auxiliares lo hicieron en volúmenes mucho mayores que el resto y, en ese sentido, adquirieron mayor peso en el total regional. Esta situación queda ilustrada en el Gráfico 5.7, en el que sobre todo México, pero también España, Portugal y Panamá, exportaron una mayor cantidad de bienes auxiliares. Debido a que en el periodo 2011-2012 estos cuatro países representaron el 96,8% del volumen total de exportaciones de la región, la mayor cantidad de bienes comercializados fueron finalmente los productos auxiliares.

Gráfico 5.7.

Iberoamérica (veinte países): Exportaciones de bienes culturales y auxiliares hacia el mundo a/, periodo 2011-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

En este caso, tal como sucede con las importaciones, del total de bienes auxiliares exportados, prácticamente todos corresponden al dominio Medios audiovisuales e interactivos, que representan para el periodo 2011-2012 un 95% del total de bienes auxiliares exportados hacia el mundo (véase Cuadro 5.8). A su vez, dentro de este dominio, productos como monitores y proyectores, máquinas y otras máquinas de procesamiento automático de datos se sitúan como los artículos más ofrecidos al comercio mundial. Monitores y proyectores, en efecto, representaron para México, Panamá y España el 47,7%, el 31,6% y el 25,8% del total de bienes auxiliares exportados en 2011-2012.

Por su parte, en lo que respecta a las exportaciones de bienes culturales propiamente dichos, son los artículos ligados a las artes visuales y la artesanía los más comercializados; es decir, se observa el mismo comportamiento que en el caso de las importaciones desde el mundo. Así, del total de productos culturales exportados por la región, el 60,9% corresponde a dicho dominio. De este total, aquellos más comercializados son los artículos de joyería y sus piezas, los metales preciosos o los metales enchapados con metales preciosos, así como materiales plásticos no especificados. En el caso de la República Dominicana, a modo de ejemplo, los artículos de joyería representaron el 77,8% del total de productos culturales exportados hacia el mundo en 2011-2012.

Cuadro 5.8. Iberoamérica (veinte países): exportaciones hacia el mundo a/ de bienes culturales y auxiliares, según dominio b/, promedio 2011-2012

(En porcentaje)

	Patrimonio cultural y natural	Presentaciones artísticas y celebraciones		Artes visuales y artesanías		Libros y prensa		Medios audiovisuales e interactivos		Diseño y servicios creativos
	Culturales	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Culturales
Argentina	0,7	5,7	8	46,4	33	42,4	1,3	4,7	57,7	0,1
Bolivia, Est. Plur. de	...	0,2	100	99,4	...	0,4
Brasil	0,1	23,4	6,9	69,8	15,7	6,5	2,6	0,2	74,9	...
Chile	0,1	19,6	12	51,8	3,1	26,3	0,6	2,3	84,3	...
Colombia	0,01	4,3	14,1	42,9	4,7	52,6	1,9	0,1	79,3	0,02
Costa Rica	0,01	0,8	8,2	84,7	0,8	14,5	0,8	0,1	90,3	0,01
Ecuador	0,01	5,1	3,4	55,9	1,9	38,7	0,7	0,4	94	...
El Salvador	...	2,2	18,2	87,6	1,6	10,2	0,2	...	80	...
España	0,4	6,6	6,7	63,8	7,6	26,3	3,1	2,8	82,5	0,1
Guatemala	0,02	21,4	26,6	71,3	5,8	7,1	0,6	0,2	67,1	...
Honduras	0,01	8,9	5,8	86,7	2,3	4,4	2,3	0,1	89,6	...
México	0,01	17,7	3,4	68	0,6	8,1	0,01	6,3	96	0,01
Nicaragua	0,04	13,3	11,6	38,9	4	47,5	...	0,3	84,5	0,01
Panamá	...	14,6	13,4	63,8	1	8,6	0,03	13	85,7	0,01
Perú	0,6	1,2	7,4	73,3	8,3	24,9	0,4	0,1	83,9	...
Paraguay	...	7,6	15,8	30	2,1	40,1	...	22,3	82,1	...
Portugal	0,4	2,7	1,3	81,2	0,9	13,9	0,1	1,3	97,8	0,6
República Dominicana	0,01	0,1	9,1	96,3	2,1	3,5	...	0,1	88,8	...
Uruguay	0,1	7,2	1,2	50,9	2,5	41,7	0,02	0,1	96,3	...
Venezuela, Rep. Bol. de	...	15,3	7,1	73,6	0,4	8,3	2,1	2,7	90,4	...
Total regional	0,1	10,4	3,8	60,9	1	17,6	0,2	10,9	95	0,1

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

b/ No hay bienes auxiliares asociados al dominio Patrimonio cultural y natural, y tampoco al de Diseño y servicios creativos (los bienes auxiliares de este último dominio se clasifican en Medios audiovisuales e interactivos).

Recuadro 5.1.**Cuentas Satélites de Cultura y el comercio cultural internacional**

En el marco de la implementación de las Cuentas Satélites de Cultura, algunos países de la región ya tienen el nivel de avance suficiente para registrar los movimientos del comercio internacional de los bienes y servicios culturales. Entre los países que han reportado sus datos oficiales al respecto se encuentran Argentina, Chile, Costa Rica, Colombia, México y Uruguay.

Cabe señalar que, debido a que las experiencias en elaboración de Cuentas Satélites de Cultura en la región son muy recientes, cada país trabaja con diferentes sectores, indicadores y clasificadores (que además varían en su nivel de desagregación), por lo que los datos presentados a continuación no son comparables entre sí.

Argentina. La información se obtuvo del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), el cual dispone de información actualizada de la Cuenta Satélite de Cultura para importaciones y exportaciones de bienes culturales.

Importaciones de bienes culturales a/, periodo 2008-2012

(En pesos corrientes)

	2008	2009	2010	2011	2012 b/
Importaciones de bienes culturales	6 998 378 444	6 073 253 892	10 135 641 574	12 140 676 826	11 339 817 235

Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (*cost, insurance and freight*). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

b/ Dato provisorio.

Exportaciones de bienes culturales a/, periodo 2008-2012

(En pesos corrientes)

	2008	2009	2010	2011	2012 b/
Exportaciones de bienes culturales	1 502 112 552	1 460 497 350	1 778 901 672	1 761 827 251	1 674 568 003

Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (*free on board*). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete. Solo es aplicable al transporte marítimo.

b/ Dato provisorio.

Chile. La información correspondiente se obtuvo de la presentación de la Cuenta Satélite de Cultura en Chile, durante el Seminario de Cuenta Satélite de Cultura celebrado en Uruguay en 2010. En lo que respecta a comercio exterior, en cultura es importante considerar que las cifras corresponden a un estudio preparatorio para la realización de una CSC y que, si bien se presentan los totales de importaciones y exportaciones, la ausencia de desagregaciones y de detalles no permite observar de mejor manera cómo se distribuyen dichas cifras entre los distintos dominios culturales.

Importaciones y exportaciones a/

(En miles de pesos)

	Valor
Importaciones	656 919 000
Exportaciones	120 827 000

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura en Chile. Seminario Cuenta Satélite de Cultura, Uruguay, 2010.

a/ No se especifica año.

Colombia. La información proporcionada por Colombia sobre comercio exterior cultural en el documento metodológico del avance de la CSC 2005-2010 se enmarca en la contabilidad de balances de oferta y utilización, en donde la ecuación general es como sigue: producción + importaciones = consumo intermedio + consumo final + formación de capital + exportaciones. No obstante, para dar a conocer la información sobre comercio exterior específicamente, a continuación se presentan las cifras correspondientes a importaciones y exportaciones.

Importaciones y exportaciones de actividades de edición, 2010

(En millones de pesos, a valores constantes de 2005)

	Importaciones a/	Exportaciones
Actividades de edición		
Libros	147 926	231 003
Actividades de edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	24 359	46 875
Otros trabajos de edición	25 955	40 162
Actividades de música fonogramada		
Producción de música fonogramada	88 439	4 641
Sector audiovisual		
Videos
Derechos de exhibición de filmes	18 187	83
Filmes
Filmes exhibidos
Radio y televisión	397 087	204 844

Fuente: Documento metodológico del avance de la CSC 2005-2010.

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (cost, insurance and freight). El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino. Solo se aplica al transporte marítimo.

Costa Rica. En este caso, los datos provienen de su Cuenta Satélite de Cultura. Tanto para las importaciones como para las exportaciones, se consideran los dominios Editorial, Audiovisual y Publicidad. El periodo comprendido es de 2010 a 2012.

Importaciones, periodo 2010-2012

(En millones de colones corrientes)

Indicador	Año	2010	2011	2012
Editorial		27 026,82	27 295,27	29 410,34
Audiovisual		25 872,12	17 721,26	19 081,35
Publicidad		18 211,64	18 386,38	18 222,01
Total		71 110,58	63 402,9	66 713,69

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR).

Exportaciones, periodo 2010-2012

(En millones de colones corrientes)

Indicador	Año	2010	2011	2012
Editorial		9 456,34	8 880,36	8 181,32
Audiovisual		351,1	444,75	366,98
Publicidad		11 175,17	793,34	809,11
Total		10 982,61	10 118,45	9 357,4

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR).

De acuerdo con las consultas oficiales hechas a los países por OEI-CEPAL para la revisión de las estadísticas compiladas y producidas para el presente estudio, el equipo de la CSCCR puntualiza lo siguiente:

En Costa Rica la fuente oficial de los datos de comercio exterior es el Banco Central de Costa Rica. Por esta razón, la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica se alimenta de sus estadísticas, basándose y considerando específicamente los productos característicos identificados en cada uno de los sectores culturales propuestos por el *Manual* del Convenio Andrés Bello.

En tal sentido, existen ciertas diferencias metodológicas entre la CSCCR y el MEC de la Unesco; por ejemplo, algunos productos que desde el MEC son considerados bienes culturales en la CSCCR son considerados conexos o «de apoyo» (en concreto, en los sectores de Presentaciones artísticas y celebraciones; Artes visuales y artesanías; y Diseño y servicios recreativos), ya que el bien cultural asociado a dicho dominio es considerado de manera parcial en la CSCCR. Se excluyen, además, los servicios de ingeniería.

Asimismo es importante recalcar que los seis dominios considerados en el MEC abarcan, de manera general, siete de los trece sectores considerados como culturales en la CSCCR, dejando fuera los sectores de Creación, Música, Juegos y juguetería, Patrimonio inmaterial, Publicidad, y Educación cultural y artística.

Una comparación detallada entre los dominios del MEC, los sectores del *Manual* del Convenio Andrés Bello y los medidos por las diferentes CSC se puede apreciar en el Cuadro 3.1 (Capítulo 3 sobre Cuentas Satélites de Cultura).

México. La información proporcionada por México corresponde a los resultados preliminares de la primera versión de la Cuenta Satélite de Cultura de México (CSCM) 2008-2011. Esta primera versión incluye los siguientes sectores: Música y conciertos; Patrimonio; Artes plásticas y fotografía; Gestión pública en actividades culturales; Artes escénicas y espectáculos; Medios audiovisuales; Libros, impresiones y prensa; Diseño y servicios creativos; Comercio de productos culturales; y Artesanías y juguetes tradicionales. No obstante, en el momento de presentar las cifras para importaciones y exportaciones, no se desagrega por sector.

Importaciones y exportaciones de bienes y servicios característicos y conexos, 2011

(En millones de pesos corrientes)

	Importaciones	Exportaciones
Bienes y servicios característicos	44 621	13 334
Bienes y servicios conexos	823	345
Total	45 444	13 680

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura de México 2008-2011.

Uruguay. Por medio del documento *Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay* (2009), se dan a conocer las cifras correspondientes a importaciones y exportaciones en materia cultural, que consideran las siguientes dimensiones: Libros; Diarios y publicaciones periódicas; Grabaciones musicales; Ventas directas realizadas por artistas; Galerías; Remates; Pintura; Escultura; y Productos audiovisuales.

Importaciones y exportaciones de bienes culturales, 2009

(En miles de dólares corrientes)

Producto	Importaciones	Exportaciones
Libros	428	62
Diarios y publicaciones periódicas	174 800	215
Grabaciones musicales	1424	130
Ventas directas realizadas por artistas	...	3390
Galerías	...	1366
Remates	...	1263
Pintura	193	...
Escultura	127	...
Productos audiovisuales	66 735	22 770

Fuente: *Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay*, 2009.

5.4. Balanza comercial cultural de Iberoamérica

Como es sabido, las balanzas comerciales de los países se refieren al saldo entre exportaciones e importaciones durante un periodo de tiempo. Cuando la balanza arroja un resultado positivo, es decir, cuando ha habido más exportaciones que importaciones, se obtiene de un superávit. Por el contrario, cuando se realizan más importaciones que exportaciones se habla de un déficit en la balanza.

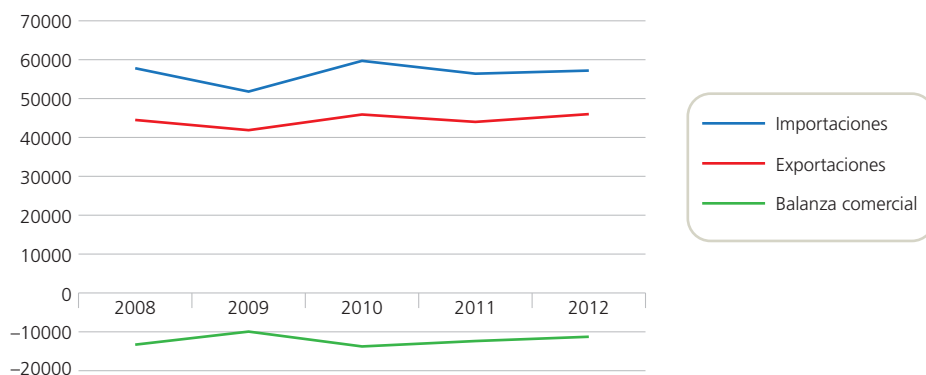
Si bien para la economía de un país no es conveniente tener una balanza comercial deficitaria –ni la excesiva dependencia de la importación de bienes intermedios para la producción (al verse afectada por variaciones de los precios internacionales), ni la excesiva dependencia de las exportaciones para su crecimiento (por la inestabilidad de las restantes economías)–, esta situación no es necesariamente relevante para un sector en particular. Esto se debe a que cada sector de la economía interactúa con otros, ya sea recibiendo o proveyendo insumos productivos, y a que el crecimiento de un sector en particular puede depender del dinamismo económico de otro. Es lo que sucede con la actividad cultural y los sectores relacionados (deportes, recreación y turismo). En cierta medida, los servicios de recreación y turismo se ven influidos por el nivel de desarrollo del sector cultural. La imagen más clara se refiere a los beneficios para el sector turístico y, en materia de servicios recreativos y deportivos, de la conservación y desarrollo del patrimonio histórico (sitios arqueológicos, museos y monumentos, entre otros) y natural (parques, zoológicos, etc.).

► Mercado mundial

Gráfico 5.8.

Iberoamérica (veinte países): volumen total regional de importaciones y exportaciones y balanza comercial de los bienes característicos y auxiliares de la cultura; comercio mundial 2008-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

En el comercio mundial, América Latina se caracteriza por ser una región de países importadores netos, es decir, que importan más de lo que exportan. Esta situación no es distinta para el sector cultural. En efecto, tal como se evidencia en el Gráfico 5.8, en el periodo 2008-2012, se registró una mayor cantidad de importaciones que de exportaciones de bienes culturales y auxiliares en términos del volumen total regional. A modo de ejemplo, en el año 2012 el total de importaciones de bienes culturales y auxiliares desde todo el mundo fue de 57 275 millones de dólares (a precios de 2005), mientras que las exportaciones ese mismo año ascendieron a 46 007 millones de dólares (a precios de 2005). De ese modo, se obtiene una balanza cultural negativa de 11 268 millones de dólares.

Cuadro 5.9.

Iberoamérica (veinte países): balanza comercial: bienes culturales, bienes auxiliares, volumen y porcentaje del PIB; comercio mundial, promedio 2011-2012

(En millones de dólares y porcentaje)

	Bienes culturales		Bienes auxiliares		Bienes culturales y auxiliares	
	Volumen	Porcentaje del PIB	Volumen	Porcentaje del PIB	Volumen	Porcentaje del PIB
	(millones de dólares)		(millones de dólares)		(millones de dólares)	
Argentina	-462	0,2	-1245	0,5	-1707	0,6
Bolivia, Est. Plur. de	1	0,01	-74	0,6	-73	0,6
Brasil	-820	0,1	-2688	0,2	-3508	0,3
Chile	-419	0,3	-1741	1,1	-2160	1,3
Colombia	-180	0,1	-1578	0,8	-1759	0,9
Costa Rica	-258	1,0	-409	1,5	-667	2,5
Ecuador	-165	0,3	-643	1,2	-808	1,5
El Salvador	-72	0,4	-207	1,1	-280	1,5
España	-970	0,1	-5034	0,4	-6004	0,5
Guatemala	-147	0,4	-300	0,9	-448	1,3
Honduras	-58	0,5	-154	1,3	-212	1,7
México	-5487	0,5	17 355	1,7	11 868	1,2
Nicaragua	-49	0,6	-84	1,1	-134	1,7
Panamá	-157	0,6	-211	0,8	-368	1,4
Paraguay	-260	2,3	-546	4,7	-806	7,0
Perú	-226	0,2	-1103	0,9	-1329	1,1
Portugal	-466	0,2	-136	0,1	-602	0,3
República Dominicana	-648	1,3	-217	0,4	-865	1,7
Uruguay	-48	0,2	-173	0,7	-221	0,9
Venezuela, Rep. Bol. de	-872	0,5	-869	0,5	-1741	1,0
Total regional	-11763	0,3	-957	0,02	-11 823	0,3

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

Como se observa en el Cuadro 5.9, para el periodo 2011-2012, todos los países de la región, a excepción de México, registraron una balanza negativa en la suma de bienes culturales y auxiliares. El superávit de México se explica principalmente por los bienes auxiliares –ámbito en el que presenta un nivel de exportaciones superior al de importaciones–, pues si se observa la balanza de bienes culturales, se evidencia un valor negativo. En el caso de los bienes culturales, solo Bolivia registra una balanza comercial positiva, ya que exportó más bienes culturales que auxiliares.

En cuanto a la balanza comercial en términos del PIB, Paraguay registra las cifras más altas para todos los tipos de bienes; en dicho país el saldo negativo entre las exportaciones e importaciones de bienes culturales y auxiliares en su conjunto representa un 7% del PIB, a diferencia de países como Brasil y Portugal, que registran un 0,3% respecto del PIB.

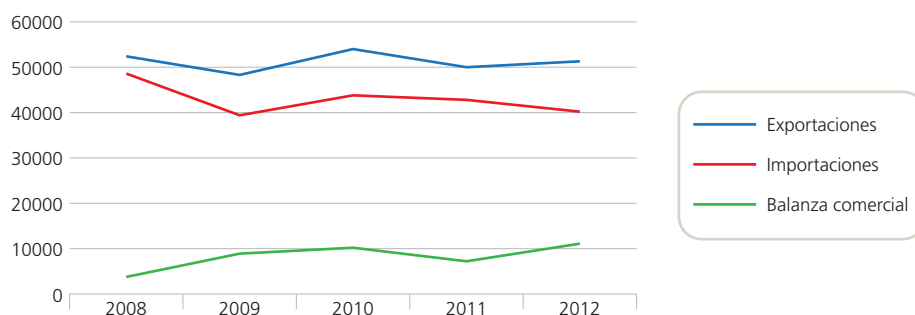
► Mercado regional

Si bien en el caso del mercado mundial Iberoamérica registra una mayor cantidad de importaciones que de exportaciones de bienes culturales y auxiliares, esta situación se revierte en el comercio regional, ya que las exportaciones superan a las importaciones. Como se observa en el Gráfico 5.9, en el periodo 2008-2012 el volumen regional de exportaciones de bienes culturales y auxiliares supera al de importaciones. Así, en el año 2012, el total de exportaciones correspondió a 5129 millones de dólares (a precios de 2005), mientras que las importaciones sumaron 4019 millones de dólares, por lo que la balanza obtuvo un superávit de 1110 millones de dólares.

Gráfico 5.9.

Iberoamérica (veinte países): volumen total regional de importaciones y exportaciones y balanza comercial de los bienes característicos y auxiliares; comercio iberoamericano 2008-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

Como se observa en el Cuadro 5.10, la balanza comercial correspondiente al total regional del periodo 2011-2012 registra un saldo positivo para cada uno de los tipos de bienes. El superávit de los bienes culturales y auxiliares en su conjunto asciende a 915 millones de dólares (a precios de 2005), lo que representa el 0,02 % del PIB.

Cuadro 5.10.

Iberoamérica (veinte países): balanza comercial de bienes culturales, bienes auxiliares, volumen y porcentaje del PIB; comercio iberoamericano, promedio 2011-2012

(En millones de dólares y porcentaje)

	Bienes culturales		Bienes auxiliares		Bienes culturales y auxiliares	
	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB	Volumen (millones de dólares)	Porcentaje del PIB
Argentina	-40,4	0,01	-112,3	0,04	-153	0,1
Bolivia, Est. Plur. de	-12,4	0,1	-14,2	0,1	-27	0,2
Brasil	77,8	0,01	-25,2	0,00	53	0,0
Chile	-10	0,01	-280,1	0,2	-290	0,2
Colombia	36,5	0,02	-494	0,3	-458	0,2
Costa Rica	-64	0,2	-76,8	0,3	-141	0,5
Ecuador	-66,8	0,1	-133,5	0,3	-200	0,4
El Salvador	12,4	0,1	-43,4	0,2	-31	0,2
España	319,7	0,03	374,6	0,03	694	0,1
Guatemala	-37,2	0,1	-63,1	0,2	-100	0,3
Honduras	-16,1	0,1	-40,2	0,3	-56	0,5
México	18,6	0,0	1738,2	0,2	1757	0,2
Nicaragua	-14,9	0,2	-16,6	0,2	-31	0,4
Panamá	147	0,6	535,4	2,1	682	2,7
Paraguay	-16,2	0,1	-13,1	0,1	-29	0,3
Perú	-24,7	0,02	-192,2	0,2	-217	0,2
Portugal	-154,5	0,1	-121,1	0,1	-276	0,1
República Dominicana	-61,6	0,1	-34,2	0,1	-96	0,2
Uruguay	-7	0,03	-25,3	0,1	-32	0,1
Venezuela, Rep. Bol. de	-37,4	0,02	-95,9	0,1	-133	0,1
Total regional	48,6	0,0	866,9	0,02	915	0,02

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.

Sin embargo, lo anterior no implica que todos los países de la región presenten un saldo positivo en el mercado iberoamericano. Por el contrario, si se observa la suma de bienes culturales y auxiliares en el Cuadro 5.10, se evidencia que la mayoría de los países registró una balanza negativa y que solo Brasil, España, México y Panamá presentaron un superávit. Este hecho se explica por los altos volúmenes que presentan los saldos de estos países, lo que influye en el to-

tal regional. Por su parte, en el caso de la balanza comercial respecto del PIB, Panamá se sitúa como el país con las cifras más altas, tanto para el caso de los bienes culturales como para los auxiliares, con 0,6% y 2,1%, respectivamente. Asimismo, Panamá, junto con España y México, se constituyen como los tres únicos países que presentan una balanza comercial positiva en ambos tipos de bienes dentro del mercado regional.

En relación con la balanza comercial, recapitulando lo visto en este apartado, una de las primeras conclusiones posibles es el carácter de importador neto que presenta la mayoría de los países de la región en lo que respecta al mercado mundial. Como se ha visto, a excepción de México y España, el resto de los países presenta balanzas deficitarias tanto para el caso de los bienes culturales como para los auxiliares. Si bien, como se dijo al principio de esta sección, presentar una balanza negativa en el ámbito cultural no necesariamente expresa una debilidad en la economía nacional en general, sí puede denotar, no obstante, un mercado aún incipiente o pequeño en esta área, en tanto en cuanto requiere de una entrada de productos culturales mayor que la salida de los mismos.

Resulta relevante identificar las fortalezas del mercado cultural de cada país y potenciarlas de tal manera que su desarrollo logre significar una contribución a la economía del país. Al respecto, se debe reconocer que, por ejemplo, la mayoría de los países de la región exporta más bienes culturales que auxiliares (a excepción de México) y que los productos pertenecientes a las artes visuales y artesanías son los más exportados. Datos como este pueden iluminar políticas enfocadas a apoyar y fortalecer a artesanos y artistas de cada país y, de ese modo, conseguir que su actividad aporte al desarrollo de dicha dimensión económica.

Con respecto a los bienes auxiliares, teniendo en cuenta que la mayoría de los productos exportados corresponden al dominio Medios audiovisuales e interactivos, impulsar medidas a favor de pequeños y medianos empresarios dedicados a este rubro puede también contribuir a seguir fortaleciendo el sector.

Además de reconocer la importancia que presenta actualmente la dimensión cultural para el desarrollo económico de los países, cabe insistir en el carácter específico de las expresiones culturales, ya que son cristalizaciones de identidad y memoria de cada pueblo y otorgan sentido de pertenencia a los habitantes de los países de la región, en la medida en que interpelan a una lengua y una historia en común. De ese modo, resulta crucial por parte de los Estados iberoamericanos valorar esa especificidad como un fin en sí misma y proteger las tradiciones y expresiones de cada pueblo de la posible colonización que el mercado puede generar en la dimensión cultural.

Recuadro 5.2.**Acuerdos de integración regional**

1980: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Es un organismo intergubernamental que promueve la expansión de la integración de la región a fin de asegurar su desarrollo económico y social. Su principal objetivo es establecer un mercado común latinoamericano. Lo componen trece países miembros: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

El Tratado de Montevideo, marco jurídico global constitutivo y regulador de ALADI, fue suscrito el 12 de agosto de 1980 y estableció los siguientes principios generales:

- Pluralismo en materia política y económica.
- Convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano.
- Flexibilidad.
- Tratamientos diferenciales según el nivel de desarrollo de los países miembros.
- Multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

En materia cultural, ALADI posee el Acuerdo de Cooperación e Intercambio de bienes en las Áreas Cultural, Educacional y Científica (Acuerdo n.º 7), que comenzó a regir en 1989. Tiene por objetivo procurar la formación de un mercado común de bienes y servicios culturales destinado a darle un amplio marco a la cooperación educativa, cultural y científica de los países signatarios y mejorar y elevar los niveles de instrucción, capacitación y conocimiento recíproco de los pueblos de la región.

1991: Mercado Común del Sur (Mercosur). El Mercado Común del Sur es un acuerdo de integración económica entre los países de América del Sur. Fue creado en 1991 y de él forman parte Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Bolivia (este último se encuentra en proceso de adhesión). Asimismo, tiene como Estados asociados a Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Guayana y Surinam (estos dos últimos en proceso de ratificación).

Entre sus objetivos se encuentran:

- La libre circulación de productos, servicios y bienes entre los Estados miembros.
- La creación de un arancel externo común y el desarrollo de una política comercial común hacia terceros países o agrupaciones de países.
- La coordinación de las políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados miembros del Mercosur.
- Armonizar la confirmación de los Estados miembros y su legislación en las áreas concernientes para alcanzar un fortalecimiento del proceso general de integración.

El Mercosur posee un área dedicada a la cultura denominada Mercosur Cultural, que colabora estrechamente con la Unesco. Su objetivo principal es dinamizar la interacción geográfica y cultural de la región, entendiendo que la creación artística y la realización de proyectos socioculturales son un factor fundamental de integración.

1994: Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA, por sus siglas en inglés). El Tratado de Libre Comercio de América del Norte firmado por México, Canadá y Estados Unidos entró en vigor en 1994. Tiene como antecedente directo el Tratado de Libre Comercio que firmaron Canadá y Estados Unidos en 1989. Posteriormente, en 1991 se iniciaron las negociaciones con México, lo que dio lugar a este tratado, que incluye a los tres países de América del Norte.

Los temas principales que se trataron son el acceso a mercados, el comercio de servicios, la inversión, la propiedad intelectual, las reglas comerciales y la solución de controversias.

Entre los objetivos del tratado se encuentran los siguientes (Rey, 2003):

- Eliminar las barreras al comercio y facilitar el movimiento transfronterizo de bienes y servicios entre las partes.
- Aumentar las oportunidades de inversión en los territorios de los países involucrados.
- Establecer un marco para una futura cooperación trilateral, regional y multilateral.
- Promover las condiciones de competencia justa en el área de libre comercio.

En este caso, la negociación en materia de industrias culturales fue especialmente delicada, debido a que Canadá y México, por un lado, y Estados Unidos, por el otro, presentaron opiniones distintas con respecto a la inclusión de los bienes culturales en el tratado. Canadá representó la postura más radical, pues uno de sus objetivos era mantener la excepción cultural que había estipulado en el acuerdo firmado previamente con Estados Unidos. En cuanto a México, si bien no presentó la misma resistencia que Canadá para negociar e incluir dentro del tratado las industrias culturales, especificó la restauración de los derechos de autor de las películas mexicanas que habían pasado a ser de dominio público estadounidense según su legislación previa de derechos de autor, que rechazaba aplicar el principio de trato nacional a los derechos conexos de los intérpretes sobre presentaciones públicas de sus grabaciones de sonido (Rey, 2003). Por su parte, el objetivo de Estados Unidos era lograr la mayor liberalización posible, la extensión de todos los derechos de propiedad intelectual y la eliminación de la excepción cultural con Canadá (Rey, 2003). Al término de las negociaciones, Estados Unidos se avino a mantener la excepción cultural requerida por Canadá, si bien con algunas salvedades. En cuanto a México, consiguió la restauración de los derechos de autor de las películas mexicanas producidas únicamente entre 1978 y 1989. Estados Unidos, por su parte, consiguió grandes beneficios, especialmente en materia de propiedad intelectual (Rey, 2003).

1994: Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA). A partir de la Cumbre de las Américas celebrada en Miami, todos los países de América Latina y el Caribe adscritos a la OEA acordaron participar con Estados Unidos y Canadá en la constitución del Área del Libre Comercio de las Amé-

ricas (ALCA). En rigor, el ALCA es una ampliación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA, por sus siglas en inglés) a los países de Centroamérica, Sudamérica y el Caribe, excepto Cuba.

Los principales puntos de su Declaración de Principios son los siguientes:

- Preservar y fortalecer la comunidad de democracias de las Américas.
- Promover la prosperidad a través de la integración económica y el libre comercio.
- Erradicar la pobreza y la discriminación.
- Garantizar el desarrollo sostenible y conservar el medio ambiente para las generaciones futuras.

Si bien en un comienzo se esperaba que por medio del ALCA se logaran acuerdos en la mayoría de los asuntos estudiados, las divergencias que fueron surgiendo con el tiempo hicieron perder consistencia al convenio. Esto explica que se haya tendido a negociar tratados bilaterales con Estados Unidos directamente.

Aun cuando los temas culturales no presentan un capítulo especial, ni están concentrados en una mesa específica de negociación, se encuentran fundamentalmente en las mesas de servicios, inversiones, compras del Estado, propiedad intelectual y acceso a mercados.

1997: Comunidad Andina (CAN). La Comunidad Andina es un organismo de integración económica, social y cultural conformado por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Su objetivo principal es alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana.

Sus objetivos específicos son:

- Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.
- Acelerar el crecimiento y la generación de empleo para los habitantes de los países miembros.
- Facilitar la participación de los países miembros en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
- Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los países miembros en el contexto económico internacional.
- Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los países miembros.
- Procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de los habitantes de la subregión.

En lo que respecta al tema cultural, la CAN ha desarrollado diversos planes y normativas en torno a tres ejes fundamentales: industrias culturales, protección del patrimonio cultural y lucha contra

el tráfico ilícito de bienes culturales. De acuerdo con el primer punto, cuentan con el Plan Andino para el Desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas, a partir del cual han iniciado la medición del impacto económico y social de las industrias culturales en la región y han promovido la producción audiovisual y fonográfica por medio de fondos de financiación. En el caso de la protección del patrimonio cultural y de la lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales, la acción de la CAN ha buscado la implementación de normas y leyes que protejan el desarrollo cultural de los países miembros.

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre la base de: <http://www.aladi.org/nsf/aladi/textacdos.nsf/0f226c9002f6aebf03257491004226fe/859620a88cc0108f032579a000556b03?OpenDocument>, <http://www.aladi.org/>, <http://www.mercosur.int/>.

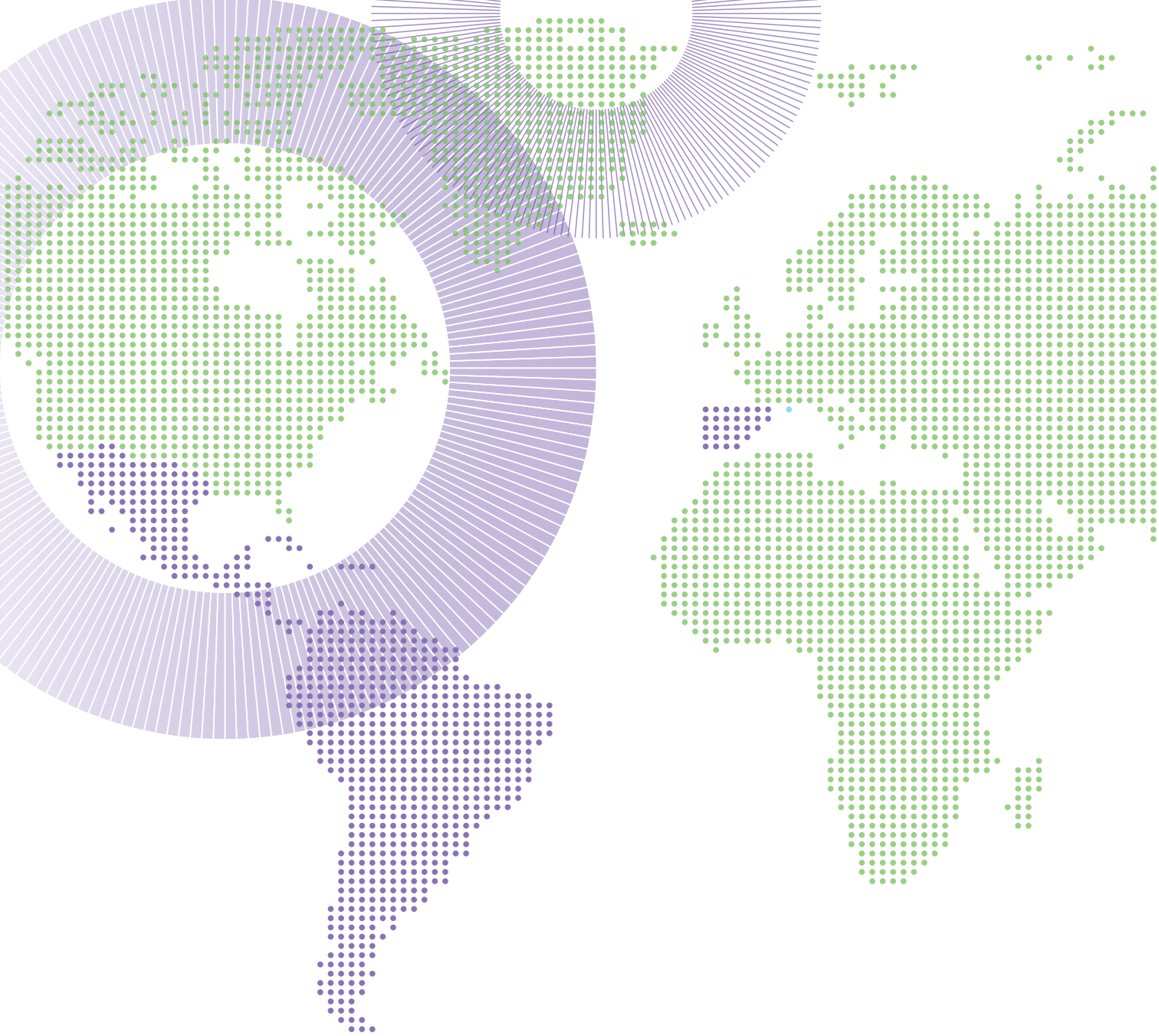
<http://www.redculturalmercosur.org/>, <http://www.unesco.org.uy/cultura/gn/areas-de-trabajo/cultura/ambito-geografico/mercosur-cultural.html>, <http://www.summit-americas.org/miamidec-spanish.htm>.

http://logisticaytransporteinlog.com/wp-content/files/Area_de_Libre_Comercio_de_Las_Americas_ALCA.pdf.

http://www.ftaa-alca.org/alca_s.asp, <http://www.comunidadandina.org/Quienes.aspx>.

<http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=67&tipo=TE&title=cultura>.

Germán Rey (coord.), *Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio y el ALCA*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 2003.



INSTITUCIONALIDAD Y GASTO PÚBLICO EN CULTURA

6.1. La institucionalidad cultural en Iberoamérica

La institucionalidad cultural en Iberoamérica ha sufrido diversas transformaciones desde sus primeros modelos, a comienzos de 1900. En la región han surgido una serie de organismos con distintos nombres y funciones, que van cambiando de acuerdo con el contexto político, económico y social de cada país. Actualmente, no hay una institucionalidad cultural definida a nivel regional (CNCA, 2012), sino que existen organismos con distintos niveles de avance en su desarrollo institucional, así como en políticas públicas culturales.

Dentro de la actual institucionalidad existen diferentes modelos. En la región se han tomado principalmente dos: el anglosajón y el francés. El modelo anglosajón se organiza a través de «consejos» (como el Arts Council en Inglaterra, Australia y en algunos estados de Canadá y Estados Unidos) e implementa y dirige iniciativas para el apoyo y desarrollo del sector, pero no está orientado a definir políticas de Estado. Este modelo impulsó el sistema de incentivos legales a través de la reducción de impuestos por medio de las donaciones culturales. Por otro lado, el modelo francés se organiza a través de la forma de «ministerios», que se encargan de todo el sector cultural. La principal diferencia con el modelo anglosajón es que este modelo delinea políticas de Estado y tiene un presupuesto fijo, mientras que los consejos dirigen más bien proyectos impulsados desde la ciudadanía.

Según estas definiciones, ambos modelos parecen funcionar de forma opuesta. Sin embargo, con el tiempo, sus funciones se han ido enlazando. La elección de una figura o modelo responde a las particularidades de cada país y no necesariamente está relacionada con las características del trabajo que se lleva a cabo en estas instituciones. Es más, ahora resulta evidente que un ministerio no necesariamente delinea políticas, así como existen ejemplos de consejos que sí lo han hecho (CNCA, CERC, SICSUR 2012). Y si bien al comienzo los países de la región optaron por un modelo u otro, finalmente han surgido diversos modelos mixtos de institucionalidad.

Los cambios que se han dado en la institucionalidad de la región corresponden a una serie de hitos que han marcado el desarrollo del sector. De acuerdo con Juan Luis Mejía, las transformaciones en la década de los sesenta produjeron cambios en los tipos de administración estatal,

lo que condujo a una serie de reformas estructurales, que incluyeron la institucionalización de la cultura para disminuir el amplio grado de dispersión en que se encontraba (Mejía, 2004).

Esta nueva institucionalización implicó agrupar bajo una sola organización a todas las instituciones culturales existentes desde el siglo xvii; como bibliotecas nacionales, archivos, museos, teatros nacionales, etcétera. Surgieron entonces las secretarías de Cultura, las subsecretarías de Cultura y los viceministerios de Cultura, entre otros.

Posteriormente, las conferencias de Yakarta, Accra y Bogotá, eventos que antecedieron a la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (Mondiacult) de 1982, se encargaron de dar cuenta de la relevancia de la cultura como motor de desarrollo de los Estados y de las personas, con lo que prepararon el contexto para formar una nueva institucionalidad, cuyo eje principal se transformó en la identidad cultural.

De esta forma, la Mondiacult puso el foco en la identidad cultural, instaló los conceptos de democracia y educación cultural, de descentralización de la cultura y de protección del patrimonio inmaterial, e instauró la idea de ampliar el concepto de cultura más allá de la alta cultura, con lo cual promovió el desarrollo de las expresiones culturales propias de cada pueblo.

En esta conferencia se estableció, entre otras cosas, que es deber de la comunidad internacional «velar por la preservación y la defensa de la identidad cultural de cada pueblo», mediante políticas enfocadas a la protección y estimulación de la diversidad y la identidad. En ese sentido, «toda política cultural debe rescatar el sentido profundo y humano del desarrollo [...] a fin de establecer un equilibrio armonioso entre el progreso técnico y la elevación intelectual y moral de la humanidad» (Unesco, 1982).

Dos décadas más tarde, en 2001, la Conferencia General de la Unesco aprobó la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural y, en 2005, se materializó la Convención para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (véase el Recuadro 1.1). Ambas apuntan a fortalecer la importancia de la inclusión de la diversidad cultural en las políticas como factor necesario del desarrollo.

A la vez, señala Pietro de Pedro (2005), se instauró en los Estados el principio de descentralización y el reconocimiento de un espacio público a favor de las minorías y de las comunidades culturalmente diferentes como base del emergente modelo de pluralismo cultural estatal. De esta forma, la conformación de institucionalidad cultural desde los ochenta fue adaptándose a estos nuevos conceptos, aunque también tiene que ver con la relevancia que ha cobrado el sector a nivel internacional, tanto en el ámbito económico como en el político.

El auge de la cultura ha implicado el desarrollo de la investigación en el sector. En lo que refiere a institucionalidad cultural, el SICSUR (Sistema de Información Cultural del Mercosur), en colaboración con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en Chile, llevó a cabo el estudio *Los estados de la cultura* (2012), en el que se describen los cambios que se han producido en la institucionalidad cultural en América Latina. También se abordan los procesos de creación de los ministerios, consejos y secretarías de Cultura en los distintos países miembros, y los diferentes éxitos y problemas culturales que enfrenta cada uno de ellos en la actualidad. Uno de los principales casos que utiliza este documento es el del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA), que fue uno de los primeros consejos de Cultura de Latinoamérica. Dentro de sus estrategias, el CONACULTA introdujo la «homogeneidad en el sector para la planificación de políticas y programas, con el fin de trascender los periodos presidenciales»¹, a la vez otorgó autonomía al sector al separarlo de la rama de educación.

El CONACULTA creó una estructura de financiación según la cual los propios artistas tienen un peso en las decisiones. De esta forma, al poco tiempo de la creación del CONACULTA, en 1989, se creó el Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONCA). Este modelo es similar al de Chile, donde el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) es el encargado del sector y administra el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart).

Paralelo al caso del CONCACULTA, Argentina fue otro de los países en constituir una temprana institucionalidad cultural. En 1935, bajo la órbita del Departamento de Instrucción Pública se creó la Comisión Nacional de Cultura. Entre 1950 y 1957 surgió la denominación «establecimientos de Cultura» y, en ese mismo año, se creó la Dirección General de Cultura dependiente del Ministerio de Educación y Justicia. Posteriormente, en 1968, se creó la Secretaría de Estado de Cultura y Educación, que en 1979 pasó a depender directamente de la Presidencia –en 1983 esta volvió a depender nuevamente del Ministerio de Educación y Cultura– y en 1999 se creó la Secretaría de Cultura y Comunicación que dependía del Ministerio de Educación y Cultura. Finalmente, en 2002 la Secretaría de Cultura recuperó su condición de autónoma; en la actualidad, depende directamente de la Presidencia de la Nación (Laboratorio de Industrias Culturales, 2009). El caso argentino permite ejemplificar el complejo proceso de instauración de una institucionalidad cultural estatal en la región y cómo esta responde a la realidad y al contexto político de cada país.

En algunos países del continente, la creación de entidades especializadas en cultura se produjo más tarde, especialmente durante la década de los setenta, separada de los ministerios y las secretarías de Educación. Es así como en Cuba, producto de la reforma constitucional de 1976, se creó el Ministerio de Cultura que reemplazó al Consejo Nacional de Cultura creado en 1961. En Perú, se creó el Instituto Nacional de Cultura en 1971, que durante 2010 se convirtió en

¹ Extraído de <http://www.conaculta.gob.mx/>.

ministerio. En Bolivia, se creó el Instituto Boliviano de Cultura en 1975, que posteriormente se convertiría en el Ministerio de Culturas, según el enfoque plurinacional que se definió constitucionalmente en dicho país.

De esta forma, en los últimos treinta años, «los Estados latinoamericanos se “refundan”, se “reconstituyen”, se “reconocen” desde la diversidad, lo multiétnico, lo pluricultural, lo plurinacional, lo intercultural» (Mejía, 2009). Esto conlleva un cambio profundo en aquella institucionalidad cultural que en principio se veía como algo homogeneizador para la región.

En los países que han modificado sus Constituciones hacia bases pluriculturales (Ecuador, Paraguay y Venezuela, además de Bolivia), se observa una transformación en sus instituciones culturales. Por ejemplo, la constitución de Paraguay dice que el Estado reconoce la existencia de pueblos originarios anteriores al Estado paraguayo; otros países se reconocieron pluriétnicos, multiculturales o plurilingüísticos (Mejía, 2004). Esto ha conllevado la transformación de los ministerios de Cultura en ministerios de «Culturas», y en la adaptación de estas realidades a una nueva política, en la que cobra mayor importancia la necesidad de que la participación en la globalización no signifique una pérdida de la propia identidad (CNCA, 2012).

En ese sentido, Mejía señala que las políticas culturales latinoamericanas están «caracterizadas desde la discontinuidad», ya que si bien se han alcanzado ciertos acuerdos, en la práctica, «las modificaciones institucionales o los emprendimientos culturales más innovadores han dependido de las iniciativas particulares de cada país». Dentro de los consensos que menciona Mejía, están los tres ejes prioritarios para el diseño de políticas públicas en América Latina en la actualidad, cuya base se encuentra en las conferencias internacionales de la década de los ochenta. Estos son la diversidad cultural, el patrimonio y las industrias culturales. Sin embargo –continúa Mejía– mientras los Estados proclaman la diversidad y la importancia de la cultura, la realidad económica de la región ha impedido que la institucionalidad cultural se desarrolle de acuerdo con las expectativas.

► El estudio de la institucionalidad en Iberoamérica

El SICSUR (Sistema de Información Cultural del Mercosur) se compone de diferentes secciones de relevamiento, medición y procesamiento de la información: estadísticas culturales, mapa cultural, comercio exterior, legislación, documentos y publicaciones. De esta última sección es de donde proviene el siguiente extracto:

El desarrollo del SICSUR tiene como fin mejorar el trazado de la política cultural, resolver consultas abiertas de ciudadanos y gestores culturales, proveer de fuentes de información a investigadores y estudiantes, y promover el diálogo entre agen-

cias estatales, empresas y organizaciones sociales y culturales. Al mismo tiempo, la construcción de registros e indicadores públicos de la cultura tiene por objeto brindar mejores herramientas para el estudio y la defensa de la producción, lo cual resulta de interés para revalorizar cada sector cultural.

A partir de la realización, sin interrupción desde 2006, de los Seminarios sobre Sistemas de Información Cultural del Mercosur, los ministerios de Cultura de la región han conformado una masa crítica de información disponible sobre el quehacer económico, productivo y comercial de la cultura suramericana, al tiempo que han consolidado un grupo de trabajo técnico sobre la materia. El SICSUR, como producto, condensa ese proceso de trabajo².

Además del SICSUR, son varias las alianzas regionales que trabajan para el desarrollo de la institucionalidad cultural en la región. El Convenio Andrés Bello (CAB) tiene entre sus objetivos ampliar la información y el conocimiento sobre las dimensiones económicas y sociales para la toma de decisiones en política cultural. Específicamente, el Área de Cultura trabaja para fortalecer el espacio cultural regional, a través de la promoción del diálogo de saberes, la interculturalidad y la reflexión sobre los retos de los actores culturales en la sociedad del conocimiento.

El plan estratégico 2013-2016 creado por el CAB prevé desarrollar tres iniciativas en el área:

- El proyecto «Somos Patrimonio».
- La red Andrés Bello de bibliotecas escolares.
- El proyecto «Cultura y Desarrollo».

Esta última iniciativa «promueve la valoración y servicios culturales» a través de tres líneas de acción:

1. La actualización de la metodología de la Cuenta Satélite de Cultura. Esta iniciativa retoma la experiencia del *Manual metodológico de Cuenta Satélite* y propone la elaboración de una *Guía metodológica para la implementación de CSC en Iberoamérica* (véanse los Capítulos 2 y 3).
2. El desarrollo de nuevas metodologías cualitativas y cuantitativas sobre los aportes de bienes y servicios culturales. Para avanzar en la discusión de la valoración de las manifestaciones creativas, más allá de los indicadores clásicos de la economía de la cultura, esta línea incentiva la investigación de la función simbólica, el capital social, el capital cultural y el capital humano.

² Extraído de <http://www.sicsur.org>.

3. El estudio de oportunidades de comercialización de bienes y servicios culturales en América Latina y Estados Unidos.

Por su parte, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) contempla dentro de sus áreas de trabajo el desarrollo de industrias culturales, la protección del patrimonio cultural, la lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales, el programa de armonización de estadísticas y Cuentas Satélite de Cultura y la creación del Consejo Andino de Ministros de Cultura y Culturas (Decisión 760, agosto de 2011). En este último se establece lo siguiente:

Es necesario forjar una integración completa más equilibrada entre los aspectos sociales, culturales, económicos, ambientales y comerciales, con el objetivo de lograr una unidad en la diversidad al servicio del bien vivir de nuestros pueblos en armonía con la naturaleza [...]. Los países miembros de la Comunidad Andina consideran la cultura como política de Estado y han fortalecido su institucionalidad, mediante la creación de ministerios de Cultura o Culturas e instancias técnicas de gestión.

En ese sentido, se destacan en estas líneas de acción:

- Formular, con el apoyo y asistencia de la Secretaría General de la Comunidad Andina, las iniciativas sobre «armonización de las legislaciones nacionales en el ámbito cultural».
- Formular propuestas de estrategias subregionales para el desarrollo y fomento de las industrias culturales, y para la apropiación social del patrimonio cultural material e inmaterial.
- Recomendar y promover mecanismos de cooperación, complementariedad, promoción y difusión de las expresiones culturales de los países miembros de la Comunidad Andina.
- Recomendar y promover estrategias destinadas a reconocer y fortalecer la participación de los pueblos indígenas originarios y afrodescendientes en la promoción y protección de sus derechos culturales.
- Propiciar la cooperación y coordinación de la Comunidad Andina con los órganos e instituciones de Naciones Unidas (ONU), la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), el Foro de Ministros de Cultura y de Encargados de Políticas Culturales de América Latina y el Caribe, los institutos técnicos del Convenio Andrés Bello (CAB), la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Unión de Estados Suramericanos (UNASUR). El objetivo es promover la convergencia de planes y programas de los países miembros de la Comunidad Andina en el ámbito cultural.

La SEGIB es un órgano permanente de apoyo institucional y técnico a la Conferencia Iberoame-

ricana y a la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, integrada por los veintidós países iberoamericanos. Dentro de sus objetivos destacan:

- Contribuir al fortalecimiento y la cohesión de la comunidad iberoamericana e impulsar su proyección internacional.
- Fortalecer la labor desarrollada en materia de cooperación en el marco de la Conferencia Iberoamericana, de conformidad con el Convenio de Bariloche.
- Promover los vínculos históricos, culturales, sociales y económicos entre los países iberoamericanos, reconociendo y valorando la diversidad entre sus pueblos.
- Ejecutar los mandatos que reciba de las diferentes cumbres y reuniones de ministros de Relaciones Exteriores iberoamericanos.
- Coordinar las distintas instancias de la Conferencia Iberoamericana con los demás organismos iberoamericanos.

Por último, cabe destacar también la labor de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), que trabaja en el sector cultural de acuerdo con los objetivos y principios definidos en los documentos que hasta ahora se han aprobado en el seno de este organismo: la Declaración de Salvador de Bahía, el Plan de Acción de Montego Bay y la Declaración de Cancún. En todos ellos se destaca la importancia de «profundizar la integración regional y establecer compromisos efectivos de acción conjunta para la promoción del desarrollo sostenible de sus pueblos».

La CELAC persigue, mediante la construcción de un espacio común, el propósito de profundizar en la integración política:

La CELAC busca intensificar el diálogo, la interacción y la sinergia entre los mecanismos regionales y subregionales de integración en América Latina y el Caribe para profundizar en la integración y acelerar el desarrollo mediante la articulación de proyectos comunes y complementarios [...], implementando estrategias de cooperación sur-sur y triangular que potencien los esfuerzos en el ámbito de la cooperación técnica entre los países de la región³.

Otras entidades ocupadas en velar por el desarrollo de la institucionalidad cultural son los observatorios culturales, unidades de investigación especializadas en el sector con diferentes áreas de investigación. Entre ellos se destacan el Observatorio UBA, el Observatorio de Políticas Culturales de Chile, el Observatorio del Caribe, el Observatorio Iberoamericano de Políticas

³ Objetivos de CELAC. Extraído de http://www.celac.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=10&lang=es.

Culturales, el Observatorio Cultura y Economía del CAB y, más recientemente, el Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIBC).

Estos organismos comparten el objetivo de fortalecer la institucionalidad de los países que los conforman, ya sea mediante alianzas, cooperación o asistencias técnicas, con el fin de ayudar a hacer visible el sector cultural para que los países, a través de sus respectivos organismos, adopten líneas de acción tanto en economía como en política cultural.

Se ha destacado que la institucionalidad cultural se encuentra aún en desarrollo. Asimismo, y de manera preliminar, se puede hablar de que el proceso de formulación de políticas culturales en los países de América Latina está también en pleno desarrollo (CNCA, 2012).

De acuerdo con el documento elaborado por el SICSUR y el CNCA (2012), Brasil y Chile son los únicos países que desarrollan un Plan Nacional de Cultura, en el primer caso, y una Política Cultural 2011-2016, en el segundo. Paraguay y Perú señalan la existencia de leyes que constituyen los ministerios o instituciones culturales, que en el caso paraguayo contiene un Plan Estratégico 2009-2013. El caso venezolano es más amplio, ya que sus políticas culturales remiten al Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013, que comprende las acciones del Ejecutivo nacional.

Es necesario considerar que, especialmente para el caso de las políticas culturales, estas no necesariamente aparecen de forma explícita en las planificaciones gubernamentales. Aunque la ausencia de una política pública cultural no significa necesariamente la ausencia del sector en la formulación de política pública, ya que la política cultural trasciende de un ministerio o secretaría y resulta transversal a la totalidad del Gobierno (Laboratorio de Industrias Culturales, 2009).

En lo que respecta a las distintas áreas de desarrollo institucional, además del propio esfuerzo de los países, existen diversas iniciativas de cooperación lideradas por algunos de los organismos regionales mencionados, tanto de carácter técnico y financiero como a través de programas de fortalecimiento de redes de instituciones y otras acciones. El análisis de estas iniciativas se desarrolla en el Capítulo 7.

6.2. El gasto público en cultura⁴

Durante los últimos años la importancia del sector cultural en las economías a nivel mundial ha quedado evidenciado por el fortalecimiento de la institucionalidad en los países y la constante implementación de políticas públicas, así como por el desarrollo de las industrias culturales y el empleo en el sector. Esto también se ve reflejado en los esfuerzos públicos para la inversión en el área, que si bien se comportan de forma heterogénea a nivel regional, permiten dar cuenta tanto de los avances como de las necesidades en el sector.

El gasto público en cultura en la región iberoamericana fue de un poco más de 12 000 millones de dólares alrededor del 2013 (véase Cuadro 6.1) y el promedio regional de gasto en cultura por habitante fue de 19 dólares (a precios de 2005). Sin embargo, se deben considerar las variaciones, ya que al eliminar el gasto en cultura de España (142 USD), Portugal (102 USD) y Cuba (46 USD) –países con las mayores inversiones–, el promedio del gasto por persona en el resto de los países desciende a 7 USD. En ese sentido, los países que reportan el gasto más bajo son Nicaragua (0,7 USD), Honduras y Paraguay (0,5 USD).

El gasto por habitante, sin embargo, no necesariamente ilustra los niveles de gasto cultural de cada país, si bien para los casos de España, Portugal y Cuba el gasto efectuado en cultura asciende a 6581, 1079 y 519 millones de dólares respectivamente. Esto demuestra que efectivamente existe una relación entre el alto monto de gasto público en cultura y el gasto por habitante en cultura. También hay que considerar, por otro lado, los casos de Brasil y México, donde el gasto asciende a 2027 y 1069 millones de dólares debido a su gran número de habitantes, pero presentan una distribución por persona mucho menor (10 USD en el caso de Brasil y 9 USD en el de México). También está el ejemplo de Costa Rica, donde la inversión es una de las más bajas de la región (69 millones de dólares), pero el gasto por habitante alcanza los 14 dólares.

⁴ Usualmente, el análisis del gasto público sectorial se denomina según el nombre del sector específico de que se trate. Existen varias formas de clasificar las finanzas públicas, entre las que destacan la clasificación económica, la administrativa (por origen del gasto) y la funcional (por destino del mismo). Para fines del análisis de cuánto se gasta en un rubro particular, la clasificación funcional es más útil, aun considerando que los gastos efectuados por las unidades públicas se clasifican en una u otra función de acuerdo con sus objetivos primarios, lo que no asegura que todos los gastos sean efectivamente destinados al rubro. En este sentido, la clasificación administrativa del gasto puede subestimar los montos efectivamente destinados al sector y la funcional puede sobreestimarlos. En el caso del gasto público en cultura, si las cifras no provienen de una cuenta satélite, no es posible descontar aquellos gastos que no han sido efectivamente destinados a la actividad cultural. Por tanto, un título más ajustado de esta sección sería «el gasto efectuado por instituciones públicas de cultura».

Cuadro 6.1.

Iberoamérica (veintiún países): Gasto público en cultura, alrededor de 2013

(En dólares de 2005)

	Año	Cobertura	Gasto público en cultura	
			En millones de dólares	Per capita
			A precios de 2005	
Argentina	2012	Administración nacional e instituciones descentralizadas	170,2	4,1
Bolivia, Est. Plur. de	2013	Gobierno general	23,5	2,2
Brasil	2012	Consolidado nación	2027,7	10,2
Chile	2012	Gobierno central	133,7	7,7
Colombia	2013	Gobierno general	126,0	2,6
Costa Rica	2013	Sector público total	68,7	14,1
Cuba	2011	Gobierno central	519,0	46,0
Ecuador	2013	Gobierno nacional	79,1	5,0
El Salvador	2013	Gobierno central	14,7	2,3
España	2011	Gobiernos general, autónomos y locales	6581,0	141,5
Guatemala	2013	Gobierno central	20,5	1,3
Honduras	2013	Administración central	3,9	0,48
México	2011	Sector público total	1069,6	9,0
Nicaragua	2013	Gobierno central	4,1	0,7
Panamá	2013	Gobierno central	25,0	6,5
Paraguay	2012	Gobierno central	3,2	0,5
Perú	2013	Gobiernos nacional, regionales y locales	115,4	3,8
Portugal	2012	Gobierno general	1078,9	101,7
República Dominicana	2013	Gobierno central	35,3	3,4
Uruguay	2013	Gobierno central	29,4	8,6
Venezuela, Rep. Bol. de	2013	Gobierno central	115,8	3,8
Iberoamérica			12244,8	19,0

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países.

La prioridad fiscal del gasto público en cultura

Al observar la relación del gasto en cultura con el gasto público total, o sea, la prioridad fiscal del gasto público en cultura, el valor regional es de 0,58% (véase el Gráfico 6.1). Nuevamente, se puede apreciar que mientras algunos países tenían una inversión que superaba el 1% del gasto público, como Costa Rica (1,2%), Cuba (1,9%), España (1,3%) y Portugal (1,2%), en catorce de los diecisiete países el gasto registrado en cultura no supera el 0,5% del gasto total. Los valores más bajos los arrojan Honduras y Paraguay, ya que destinan menos del 0,15% de

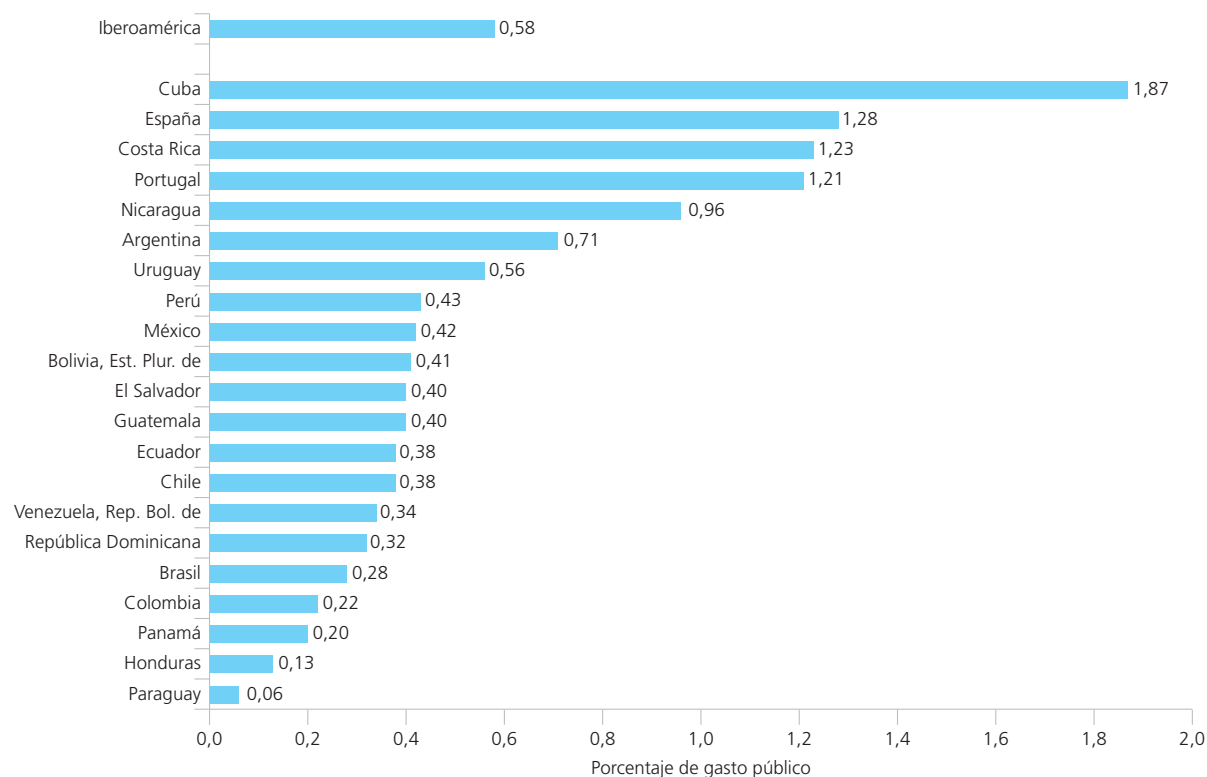
sus presupuestos anuales al apoyo y fortalecimiento de sus actividades culturales (en ambos casos el reporte corresponde exclusivamente al presupuesto o ejecución presupuestaria del Gobierno central).

Cabe destacar que la variación entre el país con el porcentaje más alto de gasto en cultura respecto del gasto total (Cuba) y el que reporta el porcentaje más bajo (Paraguay, con un 0,06 %) es del 1,81 %, lo que permite dar cuenta de la disparidad que existe a nivel regional respecto de la prioridad fiscal del gasto en el sector. Con este dato, se puede observar también que, si bien existe un esfuerzo constante en los Gobiernos, el que se requiere para que llegue financiación al sector cultural es significativamente mayor. La OEI promueve como meta financiera que todos los países de la región destinen al menos el 1% del presupuesto nacional a gasto público en el área de la cultura.

Gráfico 6.1.

Iberoamérica (veintiún países): Gasto público en cultura como porcentaje del gasto público total, alrededor de 2013

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), a partir de la información oficial de los países.

La prioridad macroeconómica del gasto público en cultura

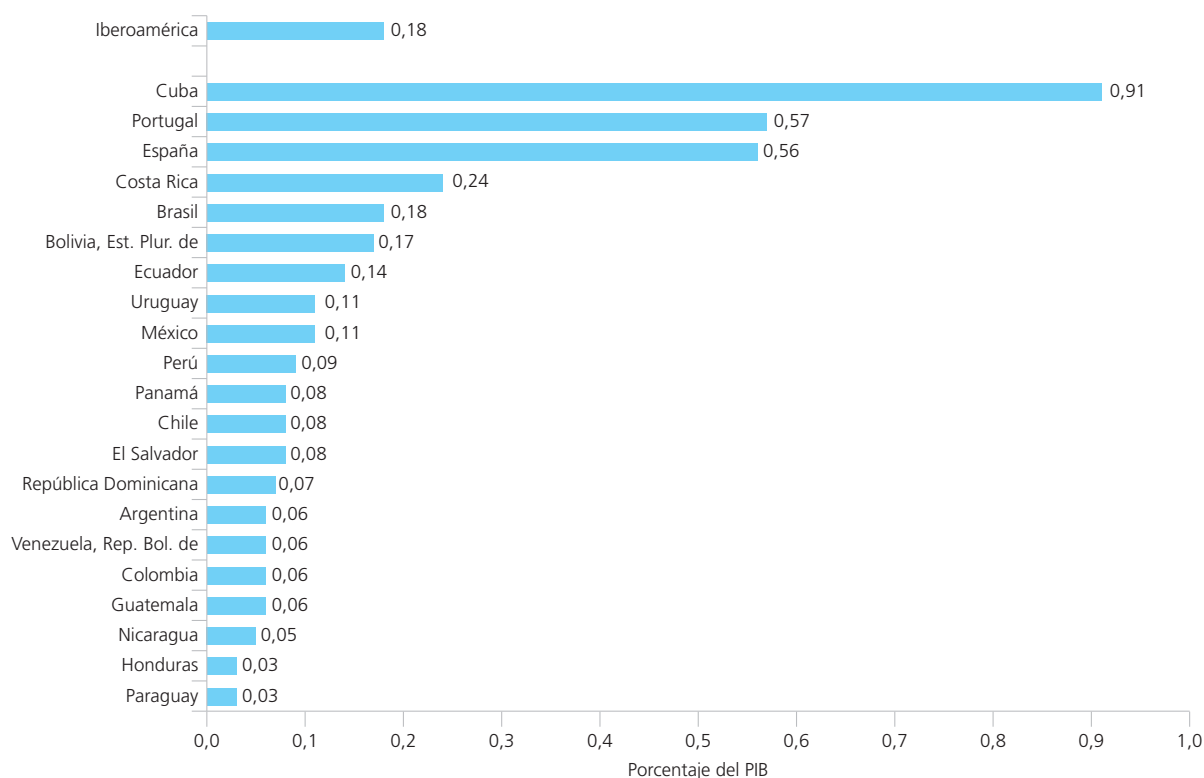
En cuanto a la significación del gasto público en cultura en relación con el PIB, este indicador muestra la prioridad macroeconómica del gasto cultural e ilustra cuán relevantes son los recursos públicos destinados a cultura en la economía de los países.

Si bien a nivel regional la significación del gasto público cultural representa alrededor del 0,18 % del producto interior bruto de la región, este porcentaje oscila entre el 0,03 % y el 0,91 %. En este contexto, el gasto público en cultura más alto de la región es el de Cuba, ya que representa un 0,91 % de su PIB. Le siguen Portugal (0,57 %), España (0,56 %) y Costa Rica (0,24 %). Por su parte, los más bajos son Nicaragua (0,05 %), Honduras (0,03 %) y Paraguay (0,03 %), lo que evidencia nuevamente la alta heterogeneidad de recursos disponibles en cultura dentro de la región (véase el Gráfico 6.2).

Gráfico 6.2.

Iberoamérica (veintiún países): Gasto público en cultura como porcentaje del PIB, alrededor de 2013

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), a partir de la información oficial de los países.

Ahora bien, al observar la relación entre el porcentaje del gasto público en cultura y el PIB, hay casos como los de Argentina y Nicaragua, que presentan altos porcentajes de gasto cultural en relación con gasto total, pero relativamente bajos en relación con el PIB. Este hecho se asocia a la menor prioridad macroeconómica que tiene el gasto público en su conjunto; por muy alta que sea la participación del gasto en cultura, este va a ser poco significativo respecto al PIB por la menor prioridad que tiene el gasto total.

Cabe destacar que la información recopilada implica una subestimación que puede llegar a ser relativamente significativa. Por una parte, una alta proporción de las cifras presupuestarias que permiten aislar el gasto en cultura provienen de las clasificaciones de carácter administrativo, cuyo énfasis está en el origen institucional de los gastos. Esto deviene en el registro de gastos provenientes de instituciones cuyo papel primario está asociado a la cultura (ministerios e institutos de cultura, administraciones de museos, bibliotecas y parques); esta clasificación podría subestimar el gasto, ya que no registra el destinado a cultura pero ejecutado por otras instituciones, como por ejemplo los ministerios de Educación o las secretarías generales, entidades que históricamente, e incluso hasta el día de hoy, se encargan del sector en los países en los que aún no hay una institucionalidad exclusiva para la cultura y que destinan parte de sus presupuestos a esta.

Por otro lado, las mayores subestimaciones del nivel de gasto en cultura provienen de la cobertura institucional a la que corresponde su reporte. En la mayoría de los países se registra el gasto del Gobierno central. Esto puede tener aún mayor efecto en países federales, por ejemplo, Argentina, Brasil, México y Venezuela. En Argentina, el gasto registrado corresponde a la Administración nacional y a los organismos descentralizados (véase el Cuadro 6.1), por lo que se desconoce el gasto de los Gobiernos provinciales y locales que, generalmente, abarcan gran parte del presupuesto asignado al sector cultural.

► Composición y descentralización del gasto público en cultura

Cuando se intenta analizar distintas características del gasto público en cultura más allá del monto general, su prioridad macroeconómica y su prioridad fiscal, los antecedentes escasean. De hecho, en la región, es tanta la necesidad de acceso público a información más pormenorizada sobre el gasto en cultura como la de que los equipos nacionales de los ministerios, secretarías y consejos pudieran efectuar estudios con mayor profundidad, que incluso incluyeran análisis intertemporales.

La presente sección apela a los pocos datos de gasto público en cultura de los países que permiten hacer algún tipo de análisis más allá del esbozado en los epígrafes anteriores.

Composición del gasto. Uno de los puntos que se debe considerar al analizar el gasto público en cultura es la composición del gasto.

De acuerdo con la clasificación económica del gasto público, este se divide en gasto corriente y gasto de capital. El gasto corriente (o de funcionamiento) se refiere a los gastos de consumo o adquisiciones. Los gastos corrientes son pagos no recuperables, como bienes y servicios, remuneraciones y transferencias internas. El gasto de capital o de inversión es el gasto destinado a mejorar la infraestructura e incrementar el patrimonio público (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2006).

Cuadro 6.2.

España: Gasto liquidado en cultura por tipo de Administración pública y naturaleza económica del gasto, año 2011

(En porcentajes)

	Total	Gastos corrientes	Gastos de capital	Activos y pasivos financieros
Administración general del Estado	100,0	74,6	25,2	0,2
Administración autonómica	100,0	66,2	32	1,8
Administración local	100,0	77,7	22,1	0,2
Total Administraciones públicas	100,0	74,2	25,1	0,6

Fuentes: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura) y Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (Estadística de Liquidación de los Presupuestos).

Debido a que no todos los países utilizan esta clasificación económica del gasto, para este breve análisis se ha manejado la poca información disponible para algunos países. En España, el gasto público total en cultura (todas las Administraciones públicas) se compone de un gasto corriente equivalente al 74,2% de los recursos; el 25,1% correspondería a gastos de capital y el 0,6% estaría relacionado con la adquisición de activos y el pago de pasivos financieros.

Esta estructura es más o menos parecida en las distintas Administraciones públicas. La Administración general del Estado (Gobierno central) tiene una estructura muy similar: destina el 74,6% de los recursos a gastos corrientes (véase el Cuadro 6.2). En cambio, las Administraciones autonómicas tienen un componente más significativo en gastos de capital y activos y pasivos financieros, que suman el 33,8% del gasto; este es el nivel de gobierno que menor proporción de recursos destina a gasto corriente (algo más de 66%). Finalmente, las Administraciones locales destinan una proporción mucho mayor a gastos de tipo corriente, que alcanzó el 77,7% en el ejercicio 2011 (estas últimas cifras son de carácter preliminar).

En Colombia, la composición de los gastos pagados en 2013 por el Gobierno central y los establecimientos públicos se distribuye en el 56,4% orientado a gastos de funcionamiento y el 43,6% a gastos de inversión. Los gastos de personal, que corresponden a gastos corrientes, solo tienen una participación en el gasto total del 9,1%, mientras que las transferencias corrientes (a otros niveles de gobierno, a otras organizaciones) alcanzan una participación respecto del total del 41%. Dentro del gasto corriente, los gastos de personal suman tan solo el 16,1% de los gastos de funcionamiento.

En Portugal, en lo que corresponde al Gobierno general, los gastos en remuneraciones y prestaciones del personal alcanzan el 23,6% del gasto total en cultura; las transferencias corrientes suman el 30,9% de todo el gasto, mientras que la formación bruta de capital solo alcanza el 8%.

Estos casos ilustran que los gastos corrientes (es decir, los gastos fijos y de mantenimiento) abarcan la mayor parte del presupuesto, mientras que los gastos de inversión representan un porcentaje bastante menor. Por otro lado, y a diferencia de sectores asociados, como la educación, la proporción de gastos en remuneraciones, prestaciones sociales y compensaciones en el gasto total –e incluso en el gasto corriente– es bastante reducido.

Descentralización de los gastos. Otro aspecto importante en el momento de analizar el gasto público en cultura (así como todo tipo de gasto público) es la cobertura institucional del mismo, es decir, qué nivel del Gobierno está informando de la ejecución presupuestaria. Usualmente, los niveles de gobierno, desde los más restrictivos a los más amplios son: Gobierno central presupuestario (GCP), Gobierno central (GCP más entidades con presupuesto autónomo: GC), Gobierno general (GC más Gobiernos locales: GG), sector público no financiero (GG más empresas públicas no financieras: SPNF) y sector público total (SPNF más empresas públicas financieras: SPT). En el caso de los países con estructura federal, normalmente se habla de Gobierno federal o nacional, Gobiernos estatales –estaduales o provinciales– y Gobiernos locales.

Algunas áreas o sectores de gasto suelen ser muy centralizados, porque incluyen transferencias a niveles de gobierno más específicos, pero continúan concentrando los mayores gastos en el Gobierno central, por lo que la ejecución de gastos según su volumen no se ve muy alterada si solo se analiza el nivel central. En estos casos, el posible nivel de subestimación del gasto es relativamente menor. Pero en el caso del gasto público en cultura, los pocos datos disponibles indican lo contrario.

En el caso de Brasil la diferencia es similar. Mientras el gasto de la Unión para 2012 fue de 216,5 millones de dólares, el gasto consolidado en todas las esferas del Gobierno (federal o Unión, estadual y local) es de 2027,7 millones de dólares. Así, el Gobierno federal solo ejecuta directamente el 10,7% del gasto en cultura, mientras que los Gobiernos estaduais y locales ejecutan el restante 89,3%.

En el caso de España, el gasto público total en cultura ascendió a 6581 millones de dólares para 2011 (a precios de 2005). Al desagregar esta cifra a los niveles de Administración general, autonómica y local se observa que tan solo un 16,4% se ejecuta en el primer nivel, mientras que las Administraciones autonómicas y locales se llevan un 24,4% y 58,2% del gasto, respectivamente.

En el caso de Argentina se contó solo con información del Gobierno nacional más los organismos descentralizados (equivalente a Gobierno central entre los países no federales). El 73,1% fue gastado por la Administración central, mientras que el 26,9% restante representa el presupuesto en cultura de los organismos descentralizados de la nación.

Incluso en países con Gobiernos centralizados como Perú, se puede observar una diferencia importante entre el gasto del Gobierno central en relación con los Gobiernos locales y regionales. En 2013, el gasto público en cultura del Gobierno de Perú representó tan solo un 28,2% del gasto total en cultura.

En Portugal, según la información reunida en el estudio anterior sobre la contribución de la cultura a las economías de los países de Iberoamérica, en 2010 el gasto ejecutado a nivel central alcanzaba los 613 millones de euros corrientes, lo que correspondía a tan solo el 29,4% de los gastos totales en cultura. De esta cantidad, la ejecución del Gobierno general fue de 2086 millones de euros corrientes; los Gobiernos locales ejecutaron en 2010 más del 70% de los recursos públicos destinados a cultura.

Por último, en Cuba⁵ el mayor porcentaje es ejecutado por los Gobiernos locales (51,4%); sin embargo, en este caso particular la diferencia de gasto respecto al Gobierno central es poco significativa. El gasto del Gobierno central corresponde al 48,6% (equivalente a 519 millones de dólares a precios de 2005). La suma de estos ámbitos indica que el *gasto per capita* en cultura se alza por encima de los 94 dólares.

Los ejemplos anteriores permiten ilustrar la importancia que tiene el gasto descentralizado y las posibilidades de subestimación de los mismos. Esta subestimación debe considerarse especialmente seria en Argentina, México y Venezuela, países organizados con una estructura federativa, pero cuya información corresponde solo al Gobierno central. Sin embargo, tampoco debe desecharse esta posibilidad en los Gobiernos centralizados, pues la evidencia indica un importante nivel de descentralización de gastos culturales (no así en otros rubros), lo que también origina algún grado de subestimación.

⁵ La información que se recopiló y validó con el Gobierno cubano corresponde al Gobierno central. Posteriormente, se localizó información sobre ejecución presupuestaria que incluía a los Gobiernos locales. Estas últimas cifras no fueron incorporadas en el Cuadro 6.1.

► Evolución del gasto público en cultura en algunos países

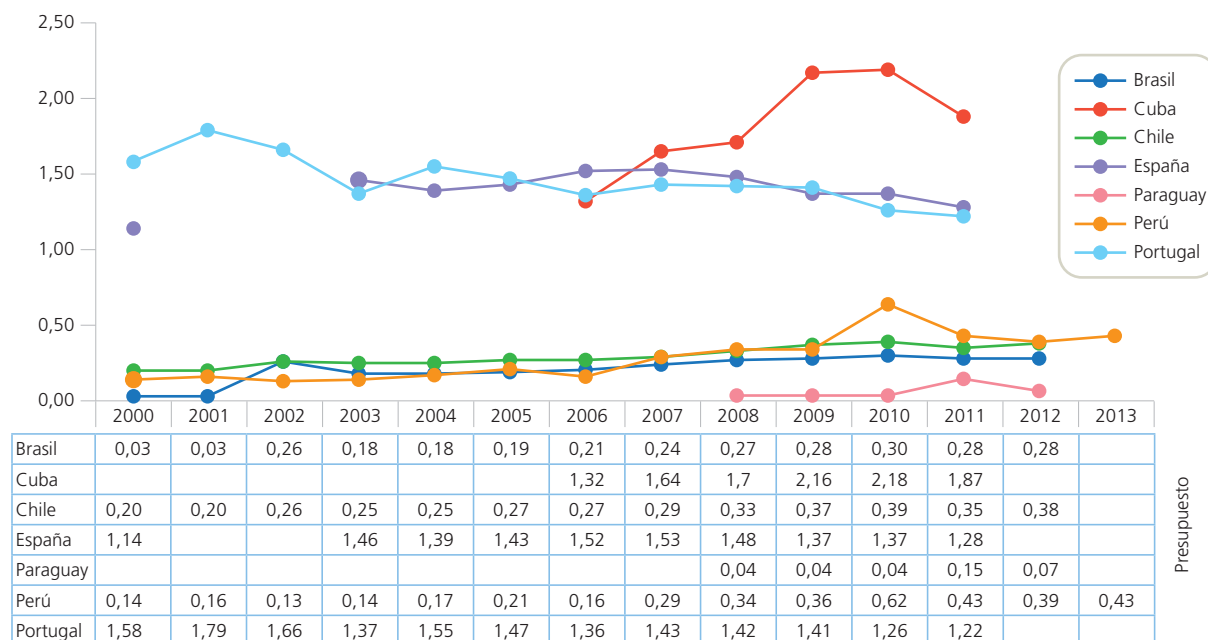
De los países para los cuales se cuenta con información sobre la evolución de los presupuestos públicos en cultura, la tendencia ha sido un constante aumento de ese gasto. En Brasil, Cuba, Chile, España, Paraguay y Perú se estima que el crecimiento del gasto público en cultura en los periodos disponibles se sitúa entre 0,03 y 0,55 puntos del gasto público total (véase el Gráfico 6.3).

Si se toma como punto de referencia el año 2000, la participación del gasto en cultura en el presupuesto total se habría duplicado e incluso triplicado en algunos países. En Brasil hubo un importante incremento del presupuesto entre los años 2001 y 2002, en los que se aumentó el gasto destinado a cultura de un 0,03% a un 0,26% del gasto público total. Después de 2002 se observa un incremento moderado que permanece estable desde 2008 a 2012 (año al que corresponden los últimos datos disponibles). En 2000, la participación del gasto en cultura en el presupuesto total prácticamente se decuplicó.

Gráfico 6.3.

Iberoamérica (siete países): Evolución del gasto público en cultura en relación con el gasto público total

(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), a partir de la información oficial de los países.

Cuba, Chile y Perú presentan incrementos constantes en sus presupuestos destinados al sector, con un crecimiento de la participación en el presupuesto total de 1,4, 1,9 y 3,1 veces, respectivamente. Siguiendo esta la línea, Paraguay también muestra un considerable incremento entre los años 2008 y 2012, aunque aún en niveles muy bajos (pasó del 0,04 % del gasto total al 0,07 %).

España y Portugal, que desde 2006 estaban presentando incrementos en sus presupuestos, a partir de 2008 y 2009, respectivamente, presentan un leve descenso, y son los únicos países que muestran una tendencia de caída en la región. En el caso de España, la participación del presupuesto cultural disminuyó un 0,2 % entre 2008 y 2011 (pese a que el gasto registró un aumento de 0,14 % respecto del año 2000). Solo Portugal muestra una disminución absoluta de la participación del gasto cultural entre 2000 y 2011 (0,36 % del presupuesto).

Uruguay incluye dentro de los antecedentes de la construcción de su Cuenta Satélite de Cultura (2009), una revisión del presupuesto cultural para el periodo entre 2004 y 2010. Para calcular el gasto en cultura se estimó el presupuesto de la Administración central –excluidos los organismos del artículo 220 de la Constitución de la República (universidad, ANEP y poder judicial, entre otros)– y los Gobiernos departamentales. De acuerdo con los aspectos considerados, se estimó que entre 2004 y 2010 el presupuesto cultural osciló entre el 0,3 y 0,53 % (2008) respecto del presupuesto total. Para el año 2008, se afirma que las obras en el Servicio Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE) significaron un considerable aumento del presupuesto⁶. Durante los años analizados, el SODRE se lleva el 44,2 % del presupuesto cultural total, seguido por la Dirección Nacional de Cultura (18,3 %) y el Servicio de Televisión Nacional (16 %).

6.3. Análisis del gasto público: iniciativas nacionales y regionales

Algunos países de la región han reunido y estudiado las estadísticas sobre el gasto público en cultura. Esto puede ser producto de iniciativas de las mismas instituciones, como es el caso de España y Argentina, o de observatorios externos, como es el caso de Chile y Venezuela. También se han mencionado ya iniciativas en el marco del cómputo de las CSC, donde se destaca Argentina y un trabajo en proceso de Costa Rica, que no se abordan en la presente sección.

En España las estadísticas sobre gasto público en cultura las desarrolla, desde 2003, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte como parte del Plan Estadístico Nacional. Los sectores que se incluyen en el análisis corresponden a:

- Bienes y servicios culturales (monumentos históricos, museos, yacimientos arqueológicos, archivos y bibliotecas).

⁶ Después de ese año el presupuesto cultural fue de 0,44 % en 2009 y de 0,38 % en 2010 respecto del presupuesto total.

- Artes plásticas y escénicas (exposiciones, fotografía, música, danza y teatro).
- Libros y audiovisual (cine, video y música grabada).
- Interdisciplinar (promoción y difusión cultural, administración y servicios generales, política lingüística).

La variable de estudio corresponde al gasto público liquidado destinado a la cultura en su fase de «obligaciones reconocidas» para cada una de las Administraciones públicas: la Administración general, la autonómica y la local.

En Chile, el Observatorio de Políticas Culturales (OPC) realizó un análisis sobre el presupuesto en cultura, para los años 2012 y 2013, con el objetivo de «identificar las prioridades del Estado en materia cultural a través de la observación de los niveles de variación de los financiamientos asignados» (OPC, 2013), que forma parte del programa de Seguimiento de las Políticas Culturales del OPC. Las fuentes utilizadas corresponden a la Dirección de Presupuesto del Ministerio de Hacienda (DIPRES).

Los principales hallazgos se refieren al aumento del presupuesto de los fondos concursables (Fondart) en un 10,3 %, lo que representa un 34,7 % del total del presupuesto del CNCA. Asimismo, se observa un aumento del 20 % en el presupuesto destinado al Consejo de Monumentos Nacionales y de un 141 % al desarrollo de planes de gestión de centros culturales. En términos generales, se observa un aumento del 3,9 % en la inversión pública destinada al sector cultural. Sin embargo, este presupuesto no supera el 0,4 % del presupuesto total del Estado.

En Argentina, a través del SInCA, se desarrolló el documento *Hacer la cuenta: la gestión cultural pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura* (2010), un análisis con datos de 2007 para cada provincia, así como del total nacional. El análisis se realizó sobre el presupuesto cultural *per capita* y sobre el porcentaje del presupuesto total destinado al gasto cultural para tres niveles diferentes: provincias, regiones culturales y tres grupos de población según el nivel de acceso a los servicios.

Para el año en estudio, se estimó que el presupuesto cultural por habitante fue de casi 26 pesos (lo que representaba un 0,46 % del presupuesto total). Sin embargo, el análisis por provincia evidenció casos como el de San Luis, donde se registró el gasto más alto (119,4 pesos *per capita*); mientras que, en el otro extremo, la provincia de Formosa tuvo un gasto de tan solo 1,1 pesos por habitante.

La particularidad del análisis argentino es que incluye otros factores como la densidad poblacional, el coeficiente de concentración de Gini, la tasa de mortalidad infantil, la tasa de analfabetismo, la tasa neta de escolarización secundaria, la tasa de delincuencia, el hacinamiento del hogar, el tipo de vivienda, las condiciones sanitarias, la tasa de incidencia de la pobreza y la calidad educativa. A partir de esta información, se realiza un análisis factorial que da lugar a la

conformación de tres grupos de provincias, lo que permite apreciar la falta de homogeneidad interna de la distribución de los recursos en el sector cultural.

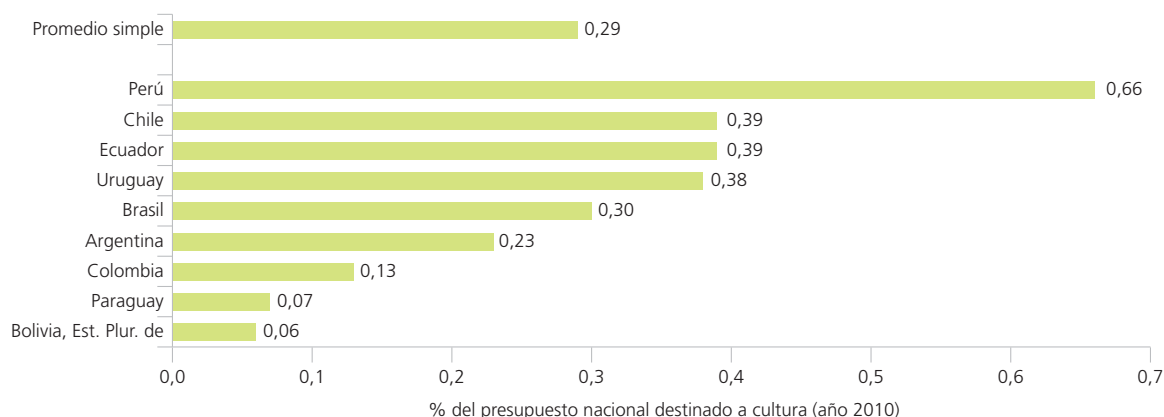
En Venezuela, a través del Venescopio, servicio establecido el 2004 como iniciativa del Centro de Investigación Social (CISOR) y del Grupo Social (CESAP), dedicado a difundir información sobre estadísticas sociales, se estima que el gasto público en cultura y comunicación social representó un 0,4 % del PIB en 2012, lo que asciende a 1965 633 millones de bolívares de 2007.

Por otro lado, hay que considerar que dentro de las iniciativas del SICSUR está la medición de los presupuestos en cultura de los países miembros. Para el SICSUR, el presupuesto cultural «representa el peso que tiene el presupuesto ejecutado por el organismo nacional de cultura sobre el conjunto del presupuesto nacional ejecutado de cada país⁷».

Los resultados actualmente disponibles del SICSUR corresponden a los años 2000-2012, de acuerdo con la disponibilidad de información de los países. En el Gráfico 6.4 se muestra la información de nueve países para 2010. En él se observa que el gasto público en cultura es en promedio el 0,29 % del gasto total en los países del SICSUR⁸. De estos, el porcentaje más alto es el de Perú, con un 0,66 % de su presupuesto destinado al sector cultural, y los más bajos los de Bolivia, con un 0,06 %, y Paraguay, con un 0,07 %.

Gráfico 6.4.

SICSUR (nueve países): Porcentaje del presupuesto nacional destinado a cultura, 2010



Fuentes: Sistema de Información Cultural del Sur (SICSUR) (<http://www.sicsur.org/>), a partir de la información oficial de los países. Las fuentes institucionales por país son: Argentina, Sistema de Información Cultural de la Argentina; Bolivia, Ministerio de Culturas; Brasil, Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística; Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Colombia, Ministerio de Cultura de Colombia; Ecuador, Ministerio de Cultura de Ecuador; Paraguay, Secretaría Nacional de Cultura; Perú, Ministerio de Cultura de Perú; Uruguay, Dirección Nacional de Cultura.

⁷ Extraído de www.sicsur.org.

⁸ No incluye Venezuela, cuyos últimos datos disponibles corresponden al año 2006.

Siempre es necesario tener en cuenta que los volúmenes de gasto informados, así como su prioridad fiscal y macroeconómica (en relación con el PIB), dependen del nivel institucional al que cada cifra se refiere. Lo usual es contar con información del Gobierno central pero, dependiendo del nivel de descentralización de los gastos del Estado, y en particular de cultura, o de si el país tiene una estructura federal, el gasto en cultura puede verse significativamente subestimado en cuanto a monto y prioridad macroeconómica, aunque no necesariamente en lo referido a prioridad fiscal.

Por otro lado, por el momento pocas Cuentas Satélites de Cultura han publicado información sobre la participación pública en la actividad económica cultural y, por tanto, sobre su posible aporte al crecimiento.

La Cuenta Satélite de Cultura de Argentina registra el gasto del Gobierno en el sector cultural; de acuerdo con esta fuente, representaba un 0,49 % del gasto público total para el año 2011. También según esta medición, el gasto en el sector aumentó un 0,06 % de 2004 a 2011. En la cuenta se registra el gasto devengado correspondiente al Gobierno nacional y a los organismos propiamente culturales.

De acuerdo con las informaciones obtenidas durante la realización del estudio y el contacto –directo o indirecto– con equipos nacionales encargados de Cuentas Satélites de Cultura, estadísticas culturales u otras instancias de las secretarías, ministerios y consejos de Cultura, en este tema se puede mencionar adicionalmente que el equipo encargado de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR) prevé culminar un estudio sobre el gasto público en cultura en julio de 2014, poco después del cierre del presente documento.

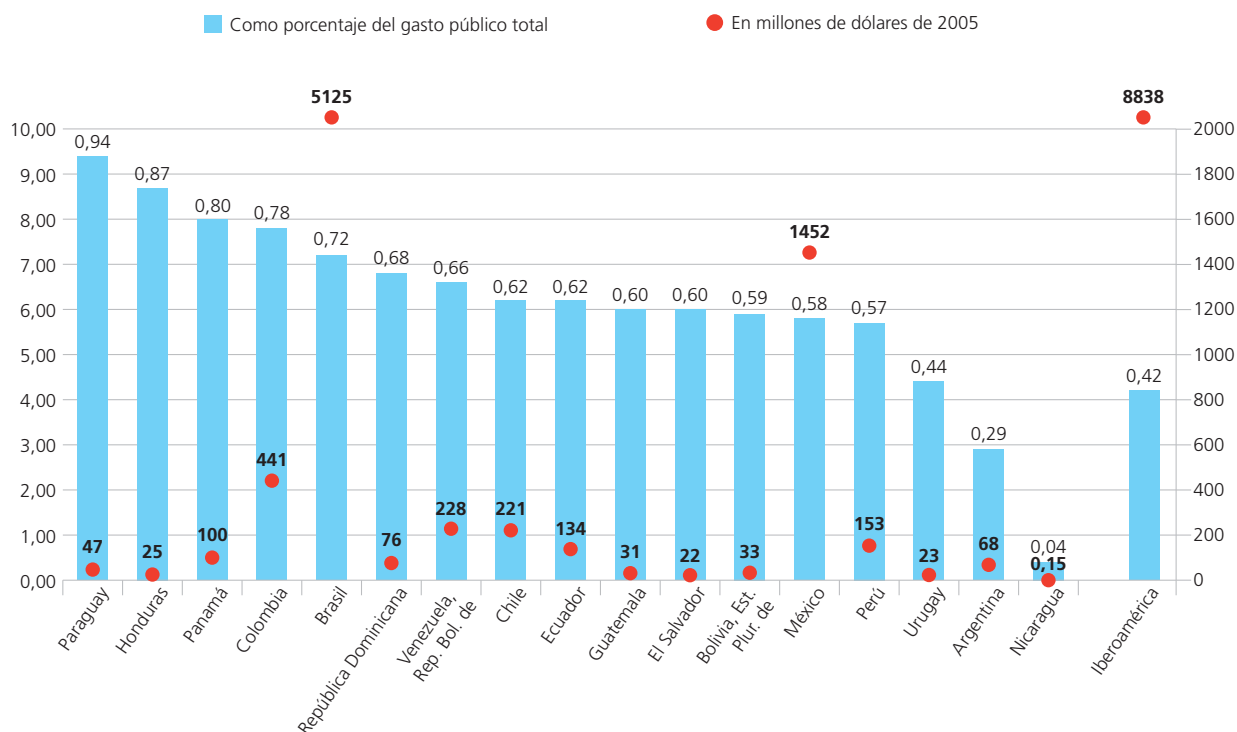
6.4. El déficit actual de recursos para alcanzar la meta del 1% del presupuesto público total de los países

Durante la X Conferencia Iberoamericana de Cultura, celebrada en Chile en 2007, se estableció que una de las metas para construir el espacio cultural iberoamericano es la de destinar el equivalente al 1% del gasto público total al sector cultural. Dicha meta ya la habrían cumplido Costa Rica, Cuba, España y Portugal (véase el Gráfico 6.1), y Nicaragua estaría muy cerca. El resto de países aún tienen por delante un importante desafío (véase el Gráfico 6.5).

Gráfico 6.5.

Déficit de recursos para alcanzar la meta de que el gasto público en cultura equivalga al 1% del gasto público total, alrededor de 2013

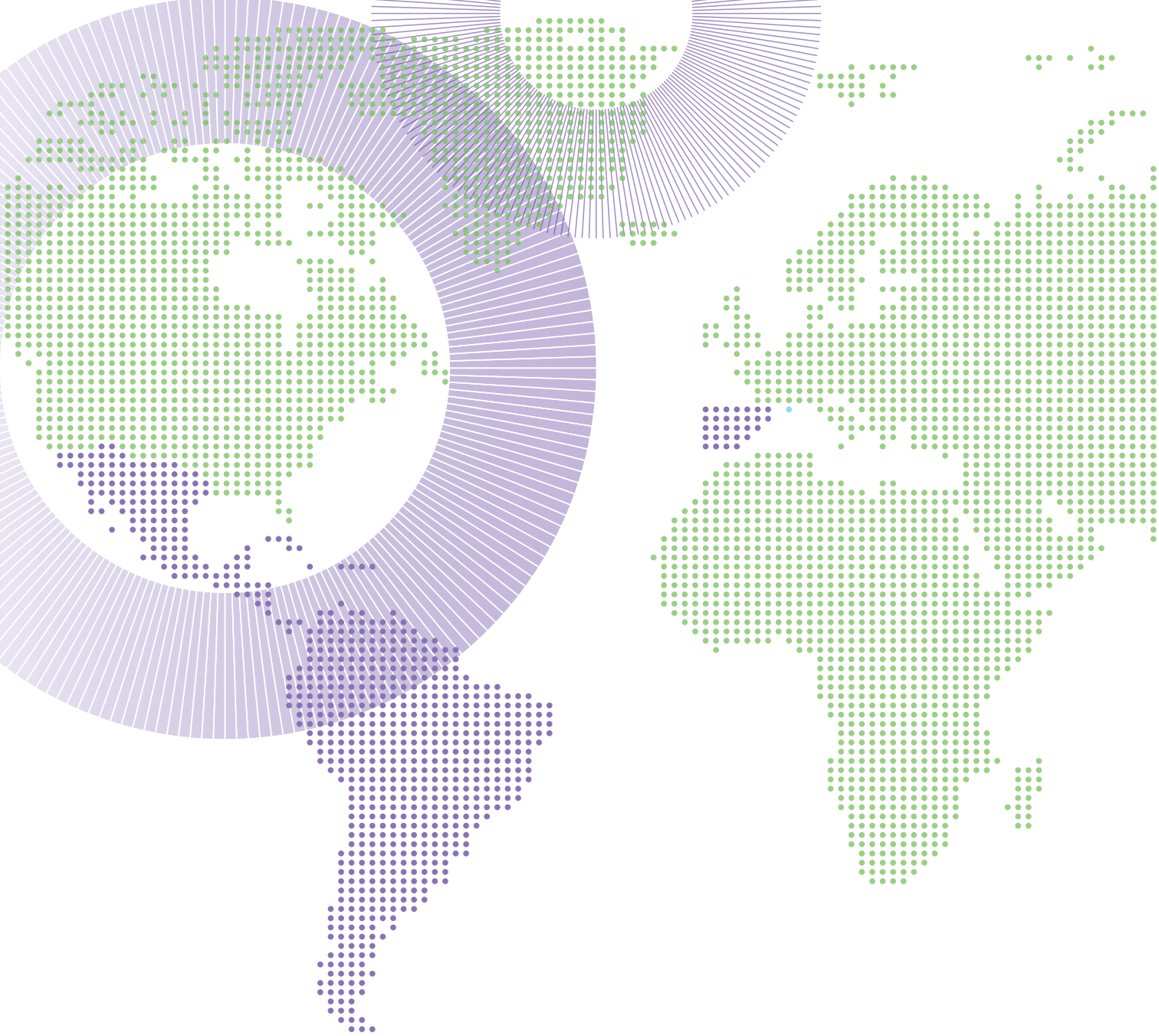
(En porcentajes y millones de dólares de 2005)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países.

A nivel regional, es necesario aumentar en poco más del 40% la participación del gasto público cultural dentro de los presupuestos generales. Sin embargo, la heterogeneidad de situaciones es enorme. Por debajo de este promedio se encuentran Argentina, Uruguay y Nicaragua, mientras que aquellos países en los cuales es necesario triplicar la participación son un tercio de la región: Brasil, Colombia, Honduras, Panamá, Paraguay, la República Dominicana y Venezuela. Entre ellos, el déficit de recursos suma alrededor de 6000 millones de dólares, aunque Brasil concentre el 85% de este déficit.

Si se hubiera cumplido la meta propuesta en 2007, se dispondría de más de 8800 millones de dólares adicionales para fortalecer la actividad cultural en la región, lo que indica la importancia que para el sector tiene generar la voluntad política para avanzar hacia esta meta.



LA COOPERACIÓN CULTURAL INTERNACIONAL

Como se ha evidenciado en capítulos anteriores del documento, la expresión de los pueblos y países por medio de sus prácticas culturales, y especialmente la conversión de estas en una producción masiva de productos conocida como industria cultural, y más ampliamente como industria creativa, ha cobrado en los últimos tiempos una inusual incidencia económica, que la hace figurar en las contabilidades de los países y suscita la atención de los Gobiernos y también de los grupos económicos. Ya sea desde los Estados, las ONG, los organismos internacionales o las empresas, la cultura se toma como un recurso que se caracteriza por su plasticidad y su capacidad para ajustarse a los distintos fines de dichas instituciones (Yúdice, 2008).

En otras palabras, más que un fin en sí mismo, en la actualidad no resulta ajeno considerar la cultura como un medio para conseguir resultados de tipo social o económico. A modo de ejemplo puede señalarse que cada vez es más frecuente escuchar argumentos sobre el potencial que presentan las prácticas culturales para mejorar la calidad de vida de grupos marginados, apelando a la implementación de talleres de corte artesanal o cultural para dicha población. Por su parte, el sector empresarial ha notado cómo las industrias culturales, especialmente en lo que se refiere a propiedad intelectual, otorgan importantes retribuciones económicas, por lo que en muchos casos han transformado la producción musical, cinematográfica y literaria, entre otras, en importantes negocios.

Junto con eso, se ha observado que el sector cultural también contribuye a la generación de empleos y, por tanto, a la reactivación de un conjunto de variables económicas y sociales. Asimismo, las importaciones y exportaciones, además del consumo cultural, pueden ser una pieza importante en el desarrollo de los países. Aun descontando los efectos perversos que esta realidad puede generar en el mundo cultural y teniendo presente que la cultura constituye un fin en sí mismo que también se debe resguardar, lo que se constata es que el doble carácter de la cultura, al ser aprovechado por distintos sectores, incide de manera significativa en la economía.

Ahora bien, cabe apuntar que el aprovechamiento de este potencial de la cultura y los beneficios que puede reportar dependerá, entre otras cosas, de las capacidades que posean los países para invertir en esta dimensión y de los recursos económicos y humanos con que cuenten para sostener su desarrollo. Por tanto, ante este escenario, y teniendo en cuenta la realidad de muchos países que aún no disponen de capitales suficientes para otorgar servicios básicos de

calidad a sus habitantes, ¿de qué manera es posible que accedan a los efectos positivos que presenta esta cara de la cultura?

Una de las opciones que se abre para estos casos es la cooperación internacional, que suele provenir de países desarrollados y llegar a países en vías de desarrollo, y puede adoptar diversas formas. En este capítulo se revisan sus principales características, la evolución de la ayuda a los países de la región y cómo se ha invertido esta en cultura.

7.1. La cooperación internacional

La forma de relacionarse los países en la actualidad, bajo la figura de lo que se denomina cooperación internacional, tiene sus orígenes en el marco de las transformaciones mundiales surgidas después de la Segunda Guerra Mundial, y más concretamente con la constitución de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1945. Tras los horrores sufridos en las dos guerras mundiales y las condiciones en las que quedaron los países y sus poblaciones, cincuenta y un países se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacionales, a fomentar las relaciones de amistad entre las naciones y a promover el progreso social, la mejora del nivel de vida y los derechos humanos, por medio de la firma de la Carta de las Naciones Unidas¹. Uno de los capítulos de dicho documento, que aún se encuentra vigente, apela a la cooperación internacional y expresa la relevancia que supone la colaboración y el trabajo conjunto de las naciones para conseguir los objetivos propuestos, que son tales como (Naciones Unidas, 1945):

- Promover niveles de vida más elevados, trabajo permanente para todos y condiciones de progreso y desarrollo económico y social.
- Solucionar problemas internacionales de carácter económico, social y sanitario, y otros conexos.
- Promover la cooperación internacional en el orden cultural y educativo.
- Respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión, y hacer efectivos tales derechos y libertades.

La cooperación internacional puede adoptar diversas formas y realizarse de distinta manera entre los países. Asimismo, existen variados conceptos para referirse al traspaso de recursos financieros, materiales, técnicos, simbólicos y humanos desde países desarrollados a países en vías de desarrollo, para contribuir al progreso económico y social de estos últimos (González, 2008), en función de si se trata de recursos públicos, si son canalizados por organismos no gubernamentales, entre otras variables. Una de las formas de cooperación internacional más conocidas e implementadas es la denominada Ayuda Oficial para el Desarrollo (AOD).

¹ Actualmente, la ONU se compone de 193 Estados miembros (véase en <http://www.un.org/es/aboutun/>).

La AOD consiste en la transferencia de recursos de origen público –incluye agencias oficiales, Gobiernos regionales y locales y agencias ejecutivas–, que son entregados directamente o a través de las instituciones multilaterales que trabajan a favor de los países en desarrollo (Iglesia-Caruncho, 2005). Estos aportes, no obstante, deben cumplir dos condiciones:

1. Tener como objetivo principal la promoción del desarrollo económico y social de los países receptores, lo que excluye la ayuda militar y la exclusivamente comercial.
2. Ser carácter concesional y tener un componente de donación de al menos el 25 %.

Por tanto, se consideran AOD las donaciones que incluyen a su vez la condonación de los intereses de la deuda concesional y, junto con eso, los créditos que alcancen el elemento mínimo de concesionalidad señalado (Iglesia-Caruncho, 2005).

Dependiendo de un conjunto de variables (los recursos siempre deben ser de origen público), la AOD puede asumir distintas formas (AMYCOS, 2005):

1. En cuanto a su objeto, la AOD puede ser financiera o no financiera (cuando la transferencia consiste en conocimientos, tecnología, materiales o intercambios culturales, deportivos, etc.).
2. Con respecto al lugar donde se ejecuta la iniciativa (sur-norte).
3. Atendiendo a su gestión, la AOD puede ser bilateral (cuando la ayuda fluye de país a país) o multilateral (en los casos en que se canaliza por medio de organismos internacionales).
4. En cuanto a su retorno, puede ser reembolsable (cuando debe ser devuelta en dinero o en especie) o no reembolsable.

Asimismo, existe la ayuda no oficial al desarrollo y la financiación oficial al desarrollo. En el caso de la primera, se incluyen los recursos privados canalizados hacia países en desarrollo por las organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGD) y otras fundaciones sin ánimo de lucro. Sin embargo, cabe señalar que los recursos oficiales canalizados por los poderes públicos a través de las ONGD sí son considerados como AOD (Iglesia-Caruncho, 2005). En cuanto a la financiación oficial al desarrollo, está compuesta por flujos financieros que, si bien pueden buscar los mismos objetivos que la AOD, no alcanzan el grado de concesionalidad. Forman parte de este tipo de cooperación, los créditos de Gobierno a Gobierno en condiciones de mercado, determinadas inversiones de procedencia pública y operaciones de reestructuración de deuda en términos no concesionales. Desde el punto de vista del país receptor, se considera financiación oficial al desarrollo la suma de la AOD bilateral recibida más otros flujos oficiales bilaterales puestos a su disposición por razones distintas a las de la ayuda –créditos comerciales o créditos dirigidos a refinanciar la deuda externa–, más los recursos concesionales y no concesionales procedentes de fuentes multilaterales (Iglesia-Caruncho, 2005).

Junto con lo anterior, y en términos genéricos, la cooperación internacional puede consistir en aportes financieros o técnicos. El primer caso consiste en la asignación de recursos financieros con el objetivo de apoyar proyectos de desarrollo (ACCI, 2004). Se divide en reembolsable (préstamos concesionales y microcréditos) y no reembolsable (donaciones). Las donaciones pueden ser:

- Ayuda humanitaria.
- Programas de reducción de deuda.
- Ayuda de emergencia.
- Proyectos de desarrollo económico y social.
- Cooperación científica y técnica.

En cuanto a la cooperación técnica, consiste en la transferencia de técnicas, tecnologías, conocimientos, habilidades o experiencias por parte de países u organizaciones multilaterales, con el fin de apoyar el desarrollo socioeconómico de países con menor nivel de desarrollo en áreas específicas (ACCI, 2004). Con este tipo de cooperación se contribuye también al desarrollo tecnológico, la formación de recursos humanos y a mejorar la capacidad de las instituciones locales (ACCI, 2004).

Asimismo, la cooperación se puede realizar según distintos contextos de relación entre los países. Los tipos de cooperación más usuales son los siguientes (Iglesia-Caruncho, 2005):

- Cooperación bilateral. Se da entre dos países y está regulada por un marco normativo que puede ser un convenio básico de cooperación.
- Cooperación multilateral. Se canaliza por medio de instituciones financieras, organizaciones internacionales o los llamados fondos multilaterales.
- Cooperación triangular. Se da cuando la cooperación horizontal entre dos países en desarrollo integra a un tercer país de mayor desarrollo para financiar el intercambio o transferencia entre los dos primeros países.
- Cooperación técnica entre países en desarrollo. Consiste en el intercambio de conocimientos y experiencias que pueden ser implementados entre países con niveles de desarrollo similares. También es conocida como cooperación sur-sur o cooperación horizontal.
- Principales instrumentos de cooperación internacional a nivel mundial y regional

Más allá de su Carta Fundacional, la ONU ha continuado promoviendo la cooperación internacional por medio de la firma de diversos compromisos y declaraciones. En 1990 se aprobó la Declaración sobre la Cooperación Económica Internacional, que se refiere a la reactivación del crecimiento económico y el progreso de los países en vías de desarrollo. En este caso, según se expresa, el objetivo de la cooperación económica internacional es el siguiente:

Alcanzar el crecimiento sostenido de la economía mundial y, en particular, apoyar la reactivación del crecimiento económico y el desarrollo de los países en desarrollo, de tal manera que se concrete el derecho básico de todos los seres humanos a una vida exenta de hambre, pobreza, ignorancia, enfermedades y miedo.

El contexto que da sentido a esta declaración es la década de los ochenta, que significó un proceso de crecimiento desigual entre países desarrollados y países en desarrollo, ya que estos últimos fueron los más desfavorecidos por las crisis económicas.

En la misma línea, en el año 2000 se concretó uno de los compromisos más ambiciosos de las Naciones Unidas no solo en el ámbito de la cooperación, sino en todas las dimensiones del desarrollo humano: los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Teniendo como meta el año 2015, los ocho objetivos que conforman este compromiso apuntan al logro universal de un nivel básico de bienestar. El octavo objetivo es decisivo, puesto que postula el fomento de una alianza mundial para el desarrollo, en donde la cooperación internacional resultaría imprescindible. Específicamente, este objetivo apela a la cooperación con los países menos adelantados por medio de la Ayuda Oficial para el Desarrollo (AOD).

Junto con estos instrumentos a nivel mundial, los países de la región también han suscrito sus propios compromisos específicos; el más reciente de ellos es la Declaración Especial sobre Cooperación Internacional, aprobada en el presente año 2014 en el marco de la Cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). Entre los puntos que comprende este acuerdo se encuentran propiciar el desarrollo de la cooperación regional; respetar las estrategias de desarrollo libremente decididas por los Estados miembros; dar prioridad en la cooperación bilateral y regional a acciones orientadas a contribuir a la reducción de las desigualdades entre los países y dentro de ellos; y reafirmar que la cooperación sur-sur tiene un papel específico, pero que no sustituye a la cooperación norte-sur ni a los compromisos de la AOD de los países desarrollados.

7.2. La cooperación cultural internacional

► Compromisos mundiales y regionales para la cooperación internacional cultural

La cooperación internacional puede estar dirigida al mejoramiento de diversos ámbitos del desarrollo, tales como la educación, el empleo, la salud, la ciencia y la tecnología, el medioambiente, entre otros. De igual forma, el apoyo a y la colaboración en la protección, difusión y expansión de la dimensión cultural de los países constituye un espacio en el que se materializa una parte de la ayuda internacional.

La cooperación en el ámbito cultural surgió formalmente en 1966 cuando la Unesco proclamó la Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional. En ella, se expresan las siguientes finalidades de la cooperación (Unesco, 1966) :

1. Difundir los conocimientos, estimular las vocaciones y enriquecer las culturas.
2. Desarrollar las relaciones pacíficas entre los pueblos.
3. Contribuir a la aplicación de los principios de las Naciones Unidas.
4. Hacer que hombres y mujeres tengan acceso al saber, disfruten de las artes y de las letras de todos los pueblos, se beneficien de los progresos logrados por la ciencia en todas las regiones del mundo y de los frutos que de ellos derivan, y puedan contribuir al enriquecimiento de la vida cultural.
5. Mejorar en todas las regiones del mundo las condiciones de la vida espiritual del ser humano y las de su existencia material.

A nivel regional, uno de los compromisos más relevantes en la materia lo constituye la Carta Cultural Iberoamericana, impulsada por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) en 2006. La Carta se configura como una herramienta de apoyo a la Convención sobre Diversidad Cultural aprobada por la Unesco en 2005 y se define como un proyecto político de gran magnitud que sienta las bases para la estructuración del espacio cultural iberoamericano y para la promoción de una posición más fuerte y protagonista de la comunidad iberoamericana ante el resto del mundo en lo tocante a uno de sus recursos más valiosos, su riqueza cultural (OEI, 2006). La Carta tiene los siguientes fines:

1. Afirmar el valor central de la cultura como base.
2. Promover y proteger la diversidad cultural.
3. Consolidar el espacio cultural iberoamericano.
4. Facilitar los intercambios de bienes y servicios.
5. Incentivar lazos de solidaridad y de cooperación.
6. Fomentar la protección y la difusión del patrimonio.

La Carta se sostiene, además, en nueve principios; uno de ellos hace referencia a la solidaridad y la cooperación, señalando que la solidaridad entre los pueblos y países promoverá la construcción de sociedades más justas y equitativas en una comunidad iberoamericana con menores asimetrías. A su vez, la cooperación horizontal, basada en el respeto y el trabajo mancomunado es el canal privilegiado del espacio cultural iberoamericano (OEI, 2006).

Si bien no consta específicamente dentro de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio, la dimensión cultural se considera cada vez más una herramienta necesaria para el avance de los

países. En efecto, el modo de definir y comprender el desarrollo humano en las últimas décadas ha abandonado gradualmente la visión netamente economicista y ha virado hacia una concepción más amplia y compleja, de acuerdo con la cual ámbitos tales como el calentamiento global, el acceso al agua, la movilidad humana o las migraciones y la libertad cultural han logrado ocupar un sitio relevante (Unesco, 2010a).

► La Ayuda Oficial para el Desarrollo (AOD) y su inversión en cultura en Iberoamérica

Como ya se ha señalado, de acuerdo con la definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y su Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD), la Ayuda Oficial para el Desarrollo consiste en una transferencia de recursos de origen público entregada directamente a los países en desarrollo, o por medio de instituciones multilaterales, cuyos objetivos deben apuntar a la promoción del desarrollo económico de los países en desarrollo y a su asistencia pública. Además, al menos un 25 % debe tener un carácter concesional.

Si bien en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), celebrada en 1968, se recomendó que los países desarrollados dedicasen el 0,7 % de su producto nacional bruto a la AOD, en la práctica, esta meta no se ha cumplido en todos los países. Al contrario, en 2006, solo cinco países de los treinta y cuatro Estados que componen actualmente la OCDE habían cumplido o rebasado la meta del 0,7 %, a saber: Dinamarca, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos y Suecia².

América Latina, aun cuando constituye una región con elevados índices de pobreza en buena parte de sus países y arrastra problemas que traban seriamente su desarrollo, ocupa un lugar cada vez más marginal en el sistema tradicional de cooperación internacional (Ruiz, 2008). En efecto, América Latina y el Caribe, en 2011, recibieron el 8,5 % del total mundial de la AOD (Centro de Información sobre la Cooperación Internacional, 2013). Entre las explicaciones a esta realidad, es posible señalar que la tendencia actual del sistema de ayuda ha sido la de concentrarse en los bautizados como países menos adelantados (PMA), pertenecientes a África y Asia, fundamentalmente. En ese sentido, como los países de América Latina –si bien con importantes diferencias entre sí– son países de renta media (PRM), no logran entrar en el grupo de Estados designados por el CAD como prioritarios para ser receptores de ayuda (Ruiz, 2008).

Los países de América Latina reciben ayuda de los veintidós países del CAD, de organismos multilaterales de desarrollo y de varios países donantes no pertenecientes al CAD. Sin embargo, los recursos provienen en su mayoría de ocho donantes bilaterales (Estados Unidos, España, Alemania, Japón, Canadá, Holanda, Francia y Suecia) y de tres organismos multilaterales

² En <http://www.unmillenniumproject.org/reports/recuadro11.htm>.

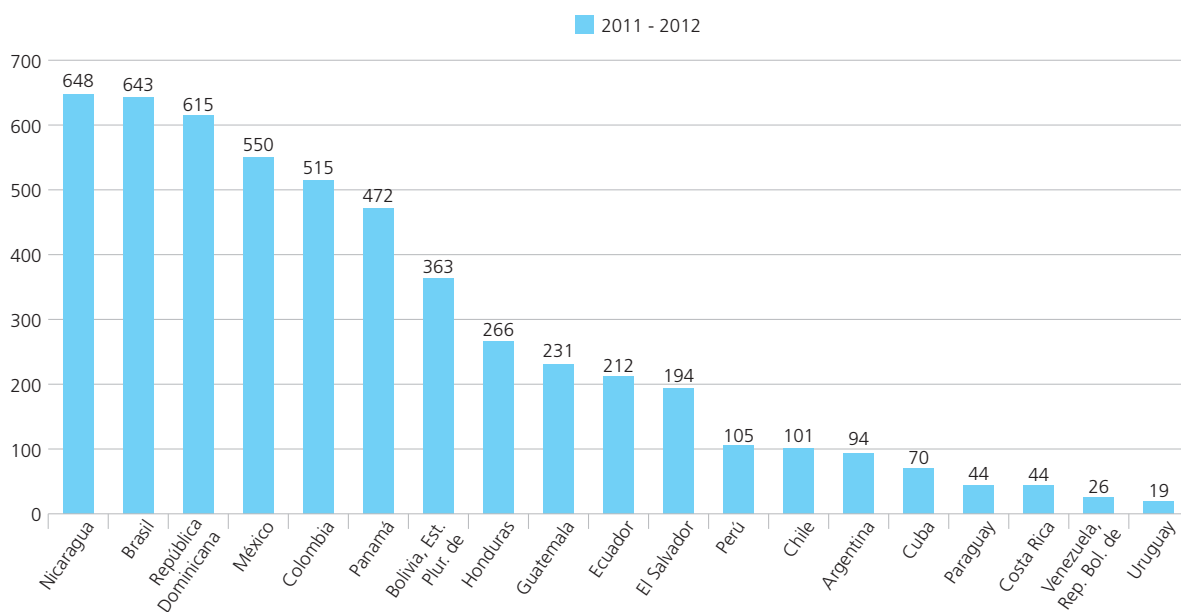
(Unión Europea, Asociación Internacional de Fomento y Banco Interamericano de Desarrollo) (Tezanos, 2009). Entre los donantes, Estados Unidos se constituye como el principal financiador, seguido de España. España fue el país que más aumentó sus desembolsos de AOD durante la década pasada y el que mayor importancia relativa ha otorgado a la región en sus presupuestos de ayuda (Tezanos, 2009), al menos hasta el inicio de la crisis financiera internacional de graves efectos en la economía del país.

Con respecto a las dimensiones a las cuales se dirige la ayuda, el grueso de ella se destina al sector de Infraestructura y servicios sociales (principalmente al fortalecimiento del Gobierno y la sociedad civil, la educación y el control de narcóticos), seguido de las «Operaciones de alivio de la deuda» y las ayudas destinadas a fortalecer los Sectores productivos y Multisectoriales (Tezanos, 2009).

Gráfico 7.1.

Iberoamérica (diecinueve países): monto total de AOD, promedio 2011-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Estadísticas de Ayuda Oficial para el Desarrollo.

En Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

De acuerdo con los datos otorgados por la OCDE, el volumen total de la AOD para los países iberoamericanos en el periodo 2011-2012, fue de cinco mil millones de dólares (a precios de

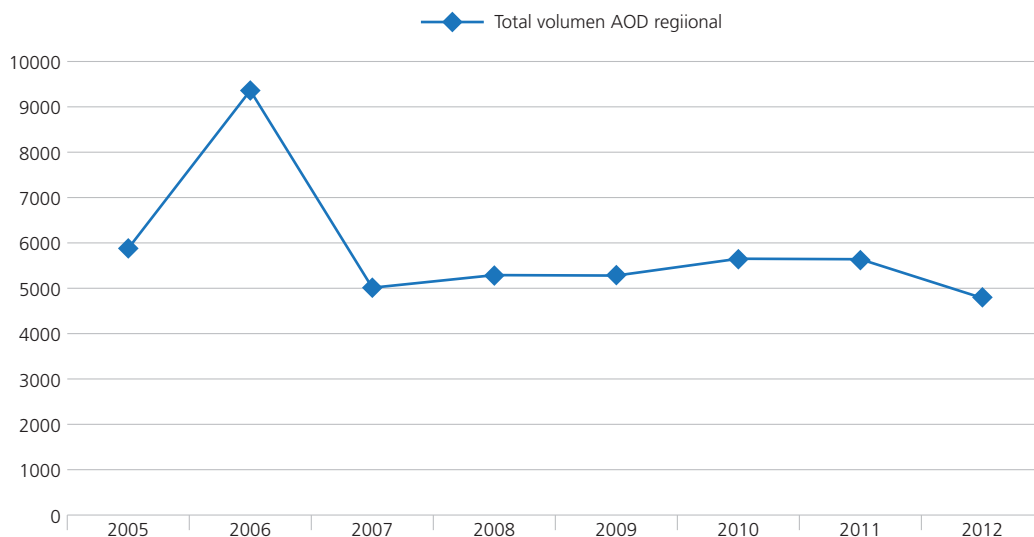
2005), lo que representa el 0,14 % del PIB³. Entre los países con mayor recepción de AOD en términos de volumen en el mismo periodo de tiempo, Nicaragua, Brasil y República Dominicana se sitúan en los primeros lugares, con 648, 642 y 615 millones de dólares, respectivamente (véase el Gráfico 7.1). En términos del porcentaje del PIB, nuevamente Nicaragua se sitúa como el país con mayor nivel de AOD, que representa el 8,3 % de su PIB. Le siguen Bolivia y Honduras, donde las sumas de ayuda corresponden al 2,82 % y al 2,19 % del PIB, respectivamente.

En términos de la evolución de la AOD recibida por los países iberoamericanos, entre el año 2005 y el año 2012 (véase el Gráfico 7.2), se registra una caída del 18,2 %, si bien con un punto de inflexión importante en el año 2006, cuando el aumento de la ayuda respecto del año anterior fue del 59,2 %. En 2007 la cifra volvió a caer a términos similares a los de 2005.

Gráfico 7.2.

Iberoamérica (diecinueve países): evolución total del volumen de AOD regional, 2005-2012

(En millones de dólares a precios de 2005)



Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Estadísticas de Ayuda Oficial para el Desarrollo.

En Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

Ahora bien, cabe considerar que los países reciben esta ayuda la utilizan de forma dispar. Así, la decisión de invertir en un ámbito del desarrollo humano u otro dependerá de las motivaciones e intereses que presente cada Estado. En el caso de la cultura, es posible distinguir cinco dominios relacionados con la materia a los que se puede destinar la AOD, a saber: Cultura y

³ Los datos que se presentan en esta sección corresponden a la AOD otorgada por los países pertenecientes al Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD), otros países no pertenecientes al CAD y agencias multilaterales. No obstante, cabe señalar que la mayoría de la AOD recibida por los países de Iberoamérica proviene del CAD.

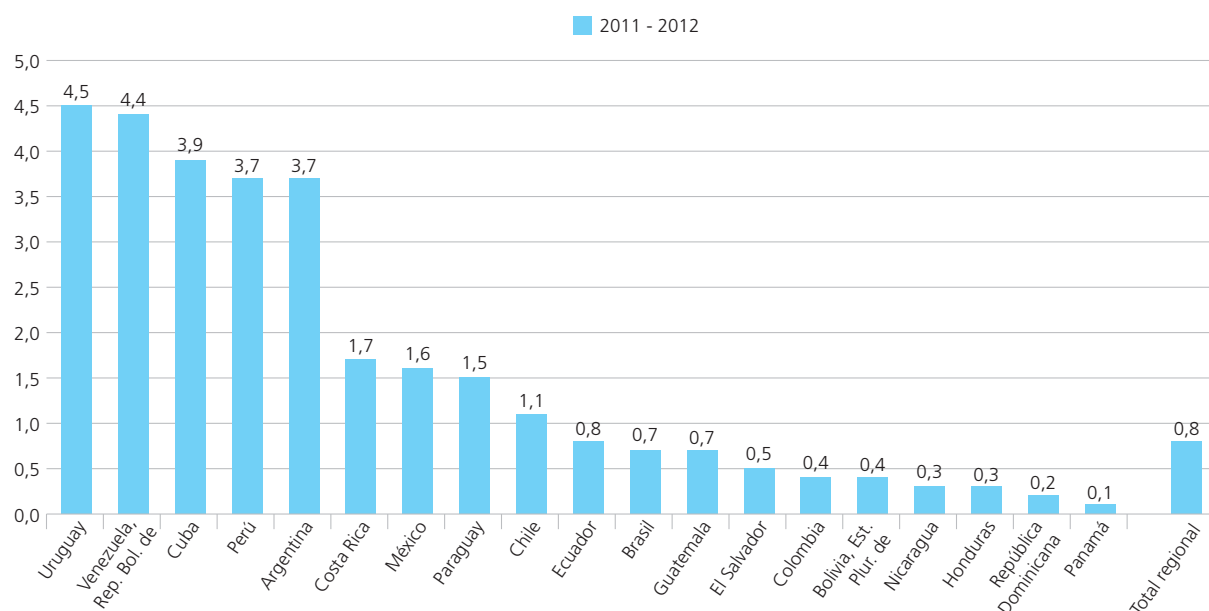
recreación; Radio, televisión y prensa escrita; Tecnologías de la información y comunicación (TIC); Conservación del patrimonio, y Turismo.

Al respecto, cabe señalar que, si bien el turismo y las TIC no se constituyen como temas directamente relacionados con la dimensión cultural, o por lo menos no se definen como dimensiones culturales propiamente dichas, sí se ha decidido incluirlos en tanto en cuanto se relacionan con estas de manera indirecta. En el caso del turismo, por ejemplo, sus actividades suelen estar ligadas a la dimensión cultural, especialmente si se considera que gran parte de los atractivos turísticos de una localidad se relacionan con su patrimonio cultural material e inmaterial. En ese sentido, la expansión del turismo contribuye por añadidura al desarrollo de dominios culturales. En cuanto a las TIC, su vinculación con el mundo cultural se realiza desde el concepto de cultura digital, especialmente con la expansión del consumo cultural a través de los nuevos medios digitales.

Gráfico 7.3.

Iberoamérica (diecinueve países): AOD invertida en cultura y recreación ^{a/} respecto del total de AOD, promedio 2011-2012

(En porcentajes)



Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Estadísticas de Ayuda Oficial para el Desarrollo.

En Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

^{a/} El sector (y código) considerado fue *Culture and recreation* (16061).

Como se ha señalado, cada país dispone de la AOD según las prioridades fijadas por cada Estado. En ese sentido, los montos invertidos en los distintos dominios culturales variarán en cada

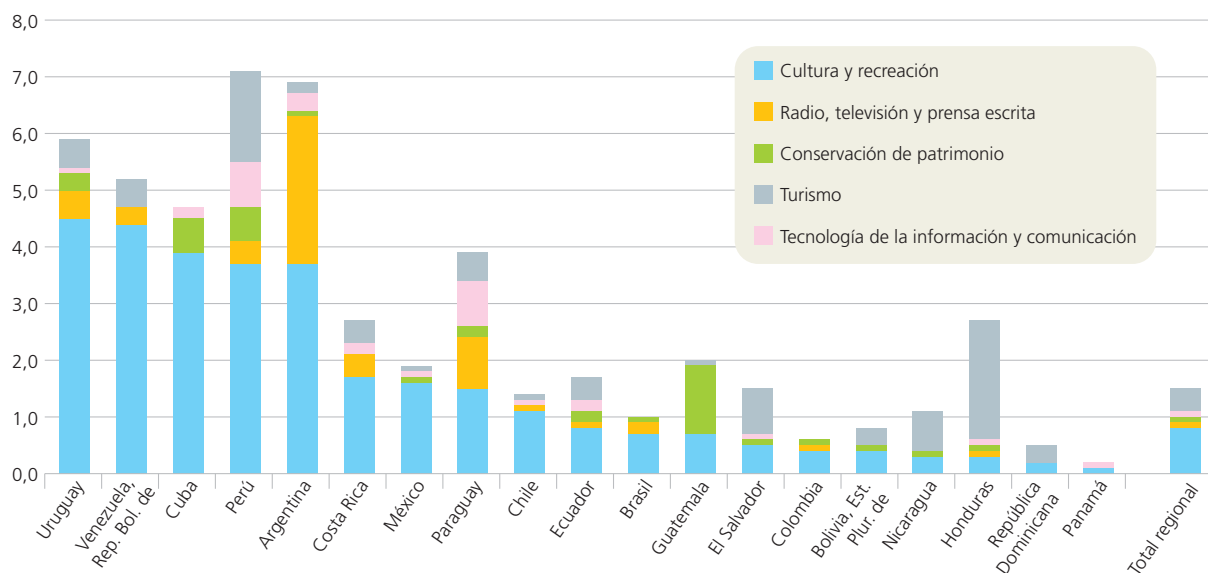
caso. En lo que respecta al periodo 2011-2012, los países que se sitúan con la mayor cantidad de AOD invertida en el dominio Cultura y recreación, específicamente, son Uruguay, Venezuela y Cuba con un 4,5%, un 4,4% y un 3,9% del total de AOD, respectivamente. El promedio regional, en cambio, fue del 0,8%.

Al observar los niveles de AOD total recibida en el periodo 2011-2012 (véase el Gráfico 7.1) y los montos de la ayuda destinada a Cultura y recreación (véase el Gráfico 7.3) en el mismo periodo de tiempo, llama la atención el hecho de que aquellos países que recibieron una menor cantidad de AOD –es decir, Uruguay y Venezuela– se sitúan como los países con el mayor volumen de AOD invertida en el dominio Cultura y recreación. Asimismo, mientras países como Nicaragua y la República Dominicana se constituyen como los receptores de mayores volúmenes de AOD, en el caso del porcentaje de la ayuda invertida en Cultura y recreación, se encuentran dentro de los países con menor cantidad destinada a dicho dominio.

Gráfico 7.4.

Iberoamérica (diecinueve países): AOD invertida en cultura en relación con la AOD total, según dominios a/, promedio 2011-2012

(En porcentajes)



Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Estadísticas de Ayuda Oficial para el Desarrollo.

En Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>). Véanse los valores en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

a/ Los sectores (y códigos) considerados fueron: *Culture and recreation* (16061); *Radio, television, print media* (22030); *Site preservation* (41040); *Information and communication technology (ICT)* (22040); *Tourism* (Total), que incluye *Tourism, policy and administrative management* (33210). Los números del gráfico corresponden a Cultura y recreación; Radio, televisión y prensa escrita; y Conservación del patrimonio.

Al respecto, y en consonancia con lo que se señalaba al principio de este capítulo, es posible que los bajos niveles de AOD invertida en cultura denoten, posiblemente, una falta de conciencia respecto del potencial que ella presenta para el desarrollo integral de los países. Al mismo tiempo, también pueden deberse esos bajos niveles a los altos niveles de pobreza que concentran algunos países de la región y que, por lo tanto, obligan a relegar la cultura y a considerarla una dimensión menos prioritaria y urgente que atender.

Ahora bien, en comparación con el resto de dominios de la dimensión cultural (véase el Gráfico 7.4), Cultura y recreación, por un lado, y Turismo, por el otro, son aquellos a los que se destina una mayor cantidad de AOD. A nivel regional, en el periodo 2011-2012, el promedio de ayuda invertida en Cultura y recreación fue del 0,8%, seguido de Turismo, con un 0,4%. Para los tres dominios restantes, es decir, Radio, televisión y prensa escrita; TIC; y Conservación del patrimonio, el promedio regional de AOD invertida fue únicamente del 0,1%.

7.3. Los organismos multilaterales y su contribución al desarrollo de la cultura en Iberoamérica

► La Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)

Junto con la AOD proveniente de los países más desarrollados, los Estados iberoamericanos también han desarrollado su propio espacio de cooperación e integración por medio de lo que se conoce como cooperación sur-sur.

Al respecto, cabe destacar la labor de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), que se creó en 2003 con el propósito de otorgar apoyo institucional y técnico a la Conferencia Iberoamericana. Esta última, por su parte, nace en la I Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Guadalajara en 1991, y está formada por los Estados de América y Europa de lenguas española y portuguesa.

La SEGIB promueve la cooperación multilateral y horizontal en el marco de la Conferencia Iberoamericana con las finalidades de fortalecer la identidad iberoamericana a través de actuaciones en el campo cultural, científico y educativo, y de contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio en la región. De ese modo, la SEGIB estructura su actividad en cuatro grandes áreas: política, económica, social y cultural.

Gracias al Programa Iberoamericano para el Fortalecimiento de la Cooperación Sur-Sur, dirigido por la SEGIB, la región ha logrado avanzar en la constitución y consolidación de instancias de cooperación, entre las que destacan tres tipos:

1. Cooperación horizontal sur-sur bilateral. Dos países intercambian experiencias o recursos (financieros, técnicos o humanos) a modo de socios.
2. Cooperación horizontal sur-sur regional. Varios países desarrollan dentro del marco espacios y organismos regionales.
3. Cooperación sur-sur triangular. Involucra a dos o más países en desarrollo, apoyados financieramente por un donante del norte, un organismo internacional o, incluso, por otro socio en desarrollo.

De acuerdo con el informe de la cooperación sur-sur en Iberoamérica 2013-2014, en el año 2012 se llevaron a cabo 506 proyectos y 203 acciones de cooperación horizontal sur-sur bilateral. El 90% de los proyectos fueron ejecutados por Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia; a su vez, cerca del 45% de esos 506 proyectos se destinaron a fortalecer capacidades relacionadas con las economías nacionales (SEGIB, 2014).

En el caso de la cooperación sur-sur triangular, en 2012 se llevaron a cabo 77 proyectos y 55 acciones en los países iberoamericanos; dos tercios de los proyectos se orientaron al fortalecimiento de capacidades económicas y sociales. Cabe señalar la baja participación del sector cultural, que significó solo el 3,9% de los proyectos. Estos también se ocupan de dimensiones como Género y Modelos de desarrollo (SEGIB, 2014).

En términos de cooperación cultural, uno de los países que destaca es Colombia. En efecto, de los 48 proyectos de cooperación horizontal sur-sur bilateral que impulsó en 2012, casi el 15% –así como más del 40% de sus acciones– tuvo como denominador común la cultura. Entre los proyectos impulsados se encuentran los siguientes: en Guatemala, la capacitación de setecientos directores y docentes de música; en El Salvador, el impulso al Plan Nacional de Música para la Convivencia; en la República Dominicana, la contribución en el diseño de un nuevo Sistema Nacional de Bibliotecas (SEGIB, 2014).

Junto con las formas de cooperación recién señaladas, dentro de la región también se cuenta con organismos multilaterales encargados de canalizar la ayuda. A continuación se presentan aquellos más destacados por su contribución al desarrollo cultural iberoamericano.

► La Organización de Estados Americanos (OEA)

La Organización de Estados Americanos (OEA) presenta una larga data en materia de cooperación cultural. Desde sus orígenes, en 1889 con la I Conferencia Internacional Americana, celebrada en Washington D. C., este organismo ha contribuido grandemente al desarrollo de la dimensión cultural americana.

En el ámbito de la cooperación técnica, y atendiendo a la relevancia que presentan las expresiones culturales para el desarrollo económico y social de los pueblos, en 1969 se creó el Programa Regional de Desarrollo Cultural (PRDC), por medio del cual se reafirmó que el desarrollo cultural es parte primordial del desarrollo integral. La acción del PRDC se dirigió fundamentalmente a la construcción de la capacidad institucional y la cooperación técnica para elaborar políticas culturales en áreas del patrimonio cultural, de los archivos, del folclore, de las artesanías y de la música.

Posteriormente, en 1998 se aprobó el Programa Interamericano de Cultura, que reconocía a la gente y sus manifestaciones culturales como primera riqueza de la región. En 2002, por su parte, se creó la Comisión Interamericana de Cultura (CIC), órgano permanente técnico-político de discusión y toma de decisiones en el área de la cultura, y que actualmente se encarga de supervisar las actividades desarrolladas por la OEA.

A partir de ese momento, la CIC se ha centrado en concretar una estrategia de cooperación horizontal, cuyo principio de acción reside en el intercambio colaborativo de conocimiento, experiencias y buenas prácticas con el fin de mejorar la elaboración de las políticas culturales. Entre las actividades de cooperación horizontal que destacan se encuentran un portafolio de prácticas exitosas, un fondo para financiar misiones de cooperación técnica, un portal web, y talleres, seminarios y foros.

El programa más destacado del Fondo se encarga de asignar apoyo financiero a la implementación y ejecución de propuestas de cooperación horizontal, de modalidad bilateral o multilateral, que promuevan actividades de asistencia técnica entre instituciones gubernamentales pertenecientes a distintos Estados miembros de la OEA⁴.

► Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo público internacional, fundado en 1959, del que son miembros cuarenta y ocho. Entre los objetivos del BID se encuentra la reducción de la pobreza y la desigualdad en América Latina y el Caribe, además del fomento al desarrollo de manera sostenible y respetuosa con el clima. Se constituye como la mayor fuente de financiamiento para el desarrollo en la región. Además de funcionar como un banco habitual, es decir, que otorga préstamos, el BID también ofrece donaciones y asistencia técnica, y realiza investigaciones.

En materia de cultura, el BID cuenta con un centro cultural, creado en 1992. Los objetivos principales de este centro son contribuir al desarrollo social por medio de los proyectos que pro-

⁴ Más antecedentes en <http://portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=w9TxvAEqtUc%3d&tabid=1929>, <http://prezi.com/mat4mjnf5i7g/la-cultura-en-la-oea-una-retrospectiva-1889-2013/>.

mueven, cofinanciar iniciativas culturales con un impacto social positivo en la región y fomentar las expresiones artísticas de los países miembros del BID –especialmente en América Latina y el Caribe– a través de programas culturales.

Para ello, el centro cuenta con un Programa de Desarrollo Cultural, por medio del cual se financian proyectos para la formación técnica, la conservación del patrimonio cultural, el impulso de las tradiciones comunitarias y el apoyo a las disciplinas artísticas. Entre los tipos de proyecto cofinanciados se encuentran la formación en literatura, poesía, danza y teatro; el desarrollo educativo de docentes a través de las artes; o la capacitación de comunidades residentes cerca de sitios arqueológicos con el fin de ayudarlas a preservar y gestionar el patrimonio cultural, entre otros⁵.

► Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)

También a nivel regional, y tal como su nombre indica, la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) se constituye como uno de los organismos más relevantes en materia de cooperación cultural.

La OEI es un organismo internacional de carácter gubernamental para la cooperación entre los países iberoamericanos en el campo de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura, en un contexto de desarrollo integral, democracia e integración regional. Creada en 1949 bajo la denominación de Oficina de Educación Iberoamericana, en 1985 se aprobaron los estatutos actuales que la constituyen tal como hoy la conocemos. De ella forman parte veintidós países.

La OEI ha venido desarrollando un importante trabajo de cooperación cultural que se ha intensificado en los últimos años a partir del papel que ha asumido como organizadora de las Conferencias Iberoamericanas de Cultura, previas a las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno. Estos eventos, además de acordar compromisos en materia cultural –muchos incorporados posteriormente a las declaraciones de las cumbres y destinados a promover programas culturales y educativos respaldados por las mismas–, han constituido un espacio privilegiado de concertación política; espacio que ha venido reforzándose a lo largo del último decenio y que adquiere una especial importancia estratégica en el marco de la creación en 2003 de la Secretaría General de Cooperación Iberoamericana (SEGIB).

Además de la organización de las Conferencias Iberoamericanas de Cultura y del seguimiento

⁵ Más antecedentes en: <http://www.iadb.org/es/temas/cultura/cultural-center/programa-de-desarrollo-cultural,1671.html>,
<http://www.iadb.org/es/temas/cultura/cultural-center/centro-cultural-del-bid,1664.html>.

de sus acuerdos y programas, la OEI maneja los siguientes proyectos: Carta Cultural Iberoamericana, Formación y Capacitación en el Sector Cultural, Campus Euroamericanos de Cooperación Cultural, Educación Artística y Movilidad para Profesionales Iberoamericanos de la Cultura. Asimismo, a partir del mandato surgido de la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura celebrada en Salamanca en 2012, la OEI está impulsando la elaboración de Cuentas Satélites de Cultura, con el objetivo de contribuir a la elaboración de un sistema de medición económica de las actividades características, bienes y servicios del sector cultural (véase el Recuadro 7.1).

► **Convenio Andrés Bello de Integración Educativa, Científica, Tecnológica y Cultural (CAB)**

Otro organismo relevante es el Convenio Andrés Bello de Integración Educativa, Científica, Tecnológica y Cultural (CAB). El CAB es un organismo internacional, intergubernamental, creado en 1970 y compuesto por doce países iberoamericanos. Su función es favorecer el fortalecimiento de los procesos de integración y la configuración y desarrollo de un espacio cultural común. Asimismo, busca generar consensos y líneas de acción en cultura, educación, ciencia y tecnología, con el propósito de que sus beneficios contribuyan a un desarrollo equitativo, sostenible y democrático de los países miembros.

En el ámbito cultural, el CAB cuenta con el Plan Estratégico 2013-2016: Saberes para la Ciudadanía, que se compone de tres iniciativas: Proyecto «Somos Patrimonio», Red Andrés Bello de Bibliotecas Escolares y Proyecto «Cultura y Desarrollo». En este último se enmarcan los esfuerzos de actualización de la metodología de las Cuentas Satélites de Cultura, que retoma las experiencias de la actual aplicación del *Manual metodológico de Cuenta Satélite*.

► **Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)**

En la misma línea de organismos dedicados al desarrollo cultural latinoamericano, cabe destacar la labor del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). El CERLALC es un organismo intergubernamental, creado en 1971 en Colombia, bajo el auspicio de la Unesco. Está compuesto por veintiún países iberoamericanos y trabaja en la creación de condiciones para el desarrollo de una sociedad lectora. Orienta sus acciones hacia el fomento de la producción y circulación del libro, la promoción de la lectura y la escritura, y el estímulo y la protección de la creación intelectual.

Asimismo, otorga asistencia técnica en la formulación de políticas públicas, genera conocimiento, divulga información especializada, desarrolla e impulsa procesos de formación y pro-

mueve espacios de concertación y cooperación. Sus cuatro líneas de trabajo son las siguientes: Políticas; Investigación e información; Formación; y Alianzas estratégicas.

7.4. Programas de cooperación en marcha

Los organismos anteriormente mencionados conforman una muestra de las organizaciones más importantes a nivel regional en materia de cooperación cultural, por medio de las cuales se han llevado a cabo destacados programas para el desarrollo de la cultura. En este sentido, los programas IBER –dependientes de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)– figuran entre los más relevantes y han apoyado diversos proyectos relativos a distintas dimensiones de la expresión artística y cultural que hoy siguen vigentes.

► Programas IBER

Los programas IBER se enmarcan dentro de los proyectos de cooperación cultural aprobados por las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno (a cargo de la SEGIB desde 2003). Los más destacados son Ibermedia (1996), Iberarchivos (1999), Iberescena (2006) y, tras la aprobación de la Carta Cultural Iberoamericana, Ibermuseos (2007) e Iberbibliotecas (2011).

Ibermedia. El Programa de Apoyo a la Creación de un Espacio Audiovisual Americano (Ibermedia) tiene por objetivos estimular la coproducción de películas para cine y televisión, el montaje inicial de proyectos cinematográficos y la formación de profesionales capaces de hacer frente al crecimiento que se prevé para la industria audiovisual en los próximos años.

De acuerdo con el *Informe de cooperación sur-sur en Iberoamérica 2011*, entre 2006 y 2010, este programa concedió 1291 ayudas a proyectos audiovisuales, una inversión de más de cincuenta millones de euros. Se apoyaron películas que obtuvieron el Óscar a la mejor película extranjera, así como premios en festivales como Sundance, Cannes y Róterdam. Según se señala en su informe anual (Ibermedia, 2013), la convocatoria de las diferentes modalidades de ayuda del año 2013 dio como resultado la aprobación de 119 ayudas financieras, distribuidas de la siguiente manera: cincuenta y tres otorgadas para el desarrollo de proyectos de cine y televisión, cuarenta y siete ayudas a la coproducción de películas iberoamericanas y diecinueve destinadas a la formación.

Iberarchivos. El Programa de Apoyo al Desarrollo de Archivos Iberoamericanos (ADAI) constituye un fondo financiero multilateral de fomento al desarrollo de archivos en Iberoamérica; el dinero se destina a la convocatoria y realización de proyectos archivísticos. Sus objetivos son

fomentar el desarrollo de archivos en la región; desarrollar planes de preservación, conservación y restauración de archivos; facilitar el acceso y la difusión en materia de archivos; y conceder becas para formación y asistencia técnica.

De acuerdo con el *Informe de cooperación sur-sur en Iberoamérica 2011*, entre 2006 y 2010, este programa apoyó 439 proyectos por un monto de 2 200 000 euros, en áreas relacionadas con derechos humanos, mujer, indígenas y afrodescendientes, entre otros. En el año 2013 específicamente, este programa apoyó cuarenta y siete proyectos en trece países de la región, lo que significó una inversión de 177 840,11 euros (Iberarchivos, 2013).

Iberescena. El Programa de Desarrollo en Apoyo a la Construcción del Espacio Escénico Iberoamericano (Iberescena) tiene por objetivos fomentar la distribución de espectáculos en Estados asociados al programa; apoyar proyectos en áreas de distribución, producción, coproducción, formación, información, documentación y autoría escénica iberoamericana; establecer mecanismos de intercambio, información y difusión; y apoyar a teatros y festivales nacionales e internacionales que prioricen la presentación de producciones iberoamericanas.

Según el *Informe de cooperación sur-sur en Iberoamérica 2011*, entre 2006 y 2010, este programa concedió 723 ayudas por una inversión equivalente a 3 100 000 euros. En lo que respecta al año 2013, este programa gestionó y ejecutó un total de 107 ayudas por un total de 1 079 249 euros (Iberescena, 2013).

Iberbibliotecas. El Programa Iberoamericano de Cooperación en materia de Bibliotecas Públicas se encuentra bajo la coordinación del CERLALC y cuenta con el apoyo de un comité integrado por representantes de varios países iberoamericanos. Sus objetivos específicos son promover la creación, consolidación, modernización y desarrollo de las bibliotecas públicas; organizar la información para atender las necesidades o intereses de conocimiento de los distintos sectores de la población; y definir iniciativas de cooperación entre los organismos responsables de las bibliotecas públicas. De acuerdo con su informe anual, de los 144 proyectos presentados en el año 2013, se adjudicaron ocho, lo que equivale a 202 874,84 USD en recursos (Iberbibliotecas, 2013).

Ibermuseos. El objetivo principal del programa Ibermuseos es promover la integración, consolidación, modernización, calificación y desarrollo de los museos iberoamericanos. De acuerdo con su informe anual, en el año 2013 se aprobaron catorce proyectos, lo que supuso un gasto de 1 216 638,14 USD (Ibermuseos, 2013).

► Cooperación internacional para la elaboración de Cuentas Satélites de Cultura

Con el objetivo de implementar en la región un sistema de información cuantitativa cierta que permita identificar los aportes y la incidencia de las manifestaciones culturales en las economías de los países, se está promoviendo desde distintos organismos internacionales el desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura (CSC) en cada uno de los países de la región, de tal manera que se conforme el Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC), un proyecto a cargo de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), desde el mandato surgido de la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura celebrada en Salamanca en 2012.

En lo que respecta a la cooperación regional para la implementación de las CSC, los organismos que destacan, además de la OEI, son el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Convenio Andrés Bello (CAB) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en colaboración con la OEI.

Uno de los primeros logros en la materia lo constituyó el *Manual metodológico para la implementación de las Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica*, elaborado en 2009 por el CAB, gracias al apoyo del BID y de la Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID). Cinco años después de esta experiencia de cooperación regional, las recomendaciones del *Manual* han servido para el diseño y puesta en marcha de las Cuentas Satélites de Cultura en varios países de la región; sus indicaciones han sido de gran valor en los ejercicios que han emprendido en distintos momentos Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, México, Perú, Uruguay, la República Dominicana y Uruguay (Ortiz, 2014).

La labor del CAB resulta muy relevante en esta materia. En efecto, desde 1999, el Convenio Andrés Bello ha llevado a cabo una gestión decidida y persistente para fortalecer la información y el conocimiento de las dimensiones económicas y sociales de la cultura (CAB, 2009). En el marco de su programa «Economía y Cultura» –que actualmente forma parte del programa «Cultura y Desarrollo»–, el CAB ha realizado diversas investigaciones para lograr un diagnóstico económico y social de las industrias culturales, ya que uno de los propósitos de este organismo es ofrecer una propuesta metodológica común para la medición de la cultura (CAB, 2009).

La OEI también ha comenzado a trabajar en esta misma línea de apoyo a la capacitación y formación a través de asistencias técnicas especializadas en la materia a partir de las demandas oficiales que se han comenzado a recibir por parte de los países (OEI, 2013). El objetivo es fortalecer las capacidades institucionales y técnicas de los Estados en el campo de la información y la estadística cultural (OEI, 2013). Para ello, se encuentra trabajando en común con la

CEPAL, en el marco del protocolo de cooperación para asesorar técnicamente a los países en la elaboración de sus CSC, firmado en el año 2013. Uno de los primeros avances en la materia tuvo lugar a petición de Guatemala, país que contó con la ayuda técnica de la CEPAL (OEI, 2013). Asimismo, otros países como Bolivia, El Salvador, Guatemala y la República Dominicana han solicitado el apoyo de la OEI para recibir el asesoramiento técnico de la CEPAL y trabajar en las CSC.

Otro de los países beneficiados por la OEI para la implementación de su CSC ha sido Costa Rica. En efecto, en el marco de la XVI Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, celebrada en Panamá en 2013, Costa Rica y la OEI firmaron el Convenio de Cooperación para la Cuenta Satélite de Cultura, por medio del cual la OEI aporta financiamiento para contribuir al desarrollo del plan de trabajo de la CSC durante el periodo 2014-2015.

Junto con las acciones descritas, otro de los espacios de cooperación en la región dedicado exclusivamente a esta materia lo constituye el Proyecto Regional de CSC del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), del que forman parte Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y la República Dominicana. El objetivo principal de este proyecto es elaborar e implementar CSC en los países miembros del SICA, con bases metodológicas armonizadas y comparables que permitan hacer visible la contribución de la cultura a la economía regional. Además, tiene dentro de sus objetivos específicos alinear la cooperación nacional y regional para obtener resultados de impacto en la construcción de las CSC, en coordinación con la cooperación internacional.

► Cooperación horizontal para las CSC: el caso de Colombia

No obstante la cooperación canalizada por medio de organismos multilaterales, cabe destacar la labor de Colombia en términos de cooperación horizontal para la implementación de las CSC, al constituirse como un país pionero en el desarrollo de metodologías sobre CSC.

Uno de los elementos que ha situado a Colombia como precursor en la materia lo constituye su Observatorio de Cultura y Economía (OCE), que nació en 2011 a iniciativa del Ministerio de Cultura de Colombia y que tiene por objetivo generar, diseñar y difundir información e instrumentos de análisis que permita a los actores públicos y privados del sector cultural tomar mejores decisiones en el ejercicio de sus actividades. Estas decisiones deben facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales y conduzcan a la mejora de la competitividad de las industrias culturales.

Aun cuando el OCE se originó en Colombia, en 2014 se integró en la organización del Convenio Andrés Bello (CAB), que sirve así de apoyo a la gestión del Observatorio y contribuye al fortalecimiento de los procesos de integración y desarrollo de un espacio cultural común iberoamericano.

En ese sentido, el reto que se le presenta al OCE es ampliar el radio de impacto hacia Iberoamérica, y convertirse en un centro de pensamiento donde se pueda encontrar información útil, promover debates y consolidar alianzas interinstitucionales con otros organismos multilaterales. Para ello, el Observatorio está trabajando en tres líneas de acción:

- Desarrollo de investigaciones.
- Formación y transferencia de conocimiento.
- Creación y consolidación de redes de conocimiento.

En lo que respecta a las CSC específicamente, en febrero de 2014, se celebró en Costa Rica una reunión internacional para la actualización de la metodología de las Cuentas Satélites de Cultura y la creación de una red de CSC. El encuentro tenía como objetivo definir las orientaciones técnicas y estratégicas que permitan actualizar el *Manual metodológico para la implementación de las Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica* y conformar una red de Cuentas Satélites de Cultura.

Cabe consignar que recientemente el equipo de la CSC de Argentina, además de canalizar su cooperación a través del SICSUR, ha emprendido un programa asistencias técnicas en países del Caribe con el apoyo de la OEA.

Recuadro 7.1.

Cooperación de la OEI en el desarrollo de Cuentas Satélites de la Cultura

En la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura, celebrada en la ciudad de Salamanca el 7 de septiembre de 2012 bajo el lema *El espacio cultural iberoamericano y su economía en una relación renovada*, y convocada en el marco de la XXII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, los ministros y altos funcionarios de Cultura allí reunidos acordaron «encomendar a la OEI y la CEPAL que colaboren con los países de la región en la implantación de los sistemas de Cuentas Satélites de Cultura con metodologías comunes, considerando los modelos exitosos ya en funcionamiento en algunos de nuestros países».

Siguiendo ese mandato, la OEI ha efectuado acciones de cooperación técnica y financiera en Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y la República Dominicana, en colaboración con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de las Naciones Unidas.

Las acciones técnicas consisten en ayudar a la elaboración o mejora de propuestas de plan de trabajo para el desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura, sobre la base del diagnóstico de la información, los recursos humanos y financieros disponibles y requeridos, así como del nivel de articulación de las diversas instituciones que deben involucrarse para dicho fin (ministerios o secretarías de Cultura, bancos centrales, oficinas nacionales de estadísticas, direcciones de aduanas, etc.).

El trabajo para la elaboración de una Cuenta Satélite de Cultura se centra en recabar información útil y de calidad, localizar los recursos humanos disponibles y articular un sistema interinstitucional que proponga un plan de trabajo que defina las fases y actividades, los requerimientos de recursos humanos generales y especializados y los costos necesarios para desarrollar la cuenta satélite en plazos definidos de común acuerdo con las instituciones del país.

La misión tiene como objetivo averiguar en qué estado se encuentra la información disponible por lo que se refiere a:

- a) tipo y desagregación,
- b) clasificadores utilizados,
- c) periodos de referencia,
- d) procedimientos de obtención (según formatos, si se efectúa pago, restricciones de uso, etc.).

Esto permitiría establecer soluciones y hacer sugerencias acerca de las características de la información disponible, la factibilidad para fabricar la cuenta satélite en diferentes plazos, los requerimientos de capacitación, la necesidad de buscar convenios interinstitucionales y la planificación de las fases principales para elaborar la cuenta satélite. El análisis incluiría los siguientes campos: a) capacitación, b) recopilación de información primaria, c) recolección de información (ya existente), c) armonización de clasificadores y compatibilización con el Sistema de Cuentas Nacionales, d) fabricación de la cuenta y estimación de principales agregados económicos correspondientes, e) regularización de las actividades para la actualización de la cuenta.

7.5. Otros programas de cooperación

Más allá de los programas IBER y de las Cuentas Satélites de Cultura, a nivel regional existen diversos programas e instancias de cooperación en el ámbito de la cultura, ya sea desde organismos multilaterales o en términos de cooperación horizontal.

A continuación se presentan solo algunos de los espacios de cooperación que actualmente también contribuyen al desarrollo de la cultura en la región, con una atención especial a la contribución de Argentina.

► Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC)

La constitución del Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC) surgió como mandato de la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura (Salamanca, 2012) a la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). En él participan de forma acti-

va los responsables de la información estadística cultural de los países iberoamericanos y de los diversos sistemas subregionales de información estadística (SICSUR, CAN, SICA).

La finalidad del OIBC es definir metodologías coordinadas sobre información cultural, marcar indicadores de interés común y acompañar el proceso para la elaboración de Cuentas Satélites de la Cultura (CSC). Así, por un lado, se dispondrá de una actualización y mejora permanentes de la información que se utiliza como base para la formulación de políticas públicas y de actuación articulada de todos los actores implicados en la economía creativa; y, por otro, se orientarán esfuerzos para la construcción y la consolidación de un espacio cultural iberoamericano, que coordine programas de cooperación para el seguimiento estadístico de la situación regional en cultura y para el fortalecimiento de programas regionales de fomento de actividades culturales (para mayores detalles véase el Recuadro 7.2).

► **Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI)**

El Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI) se creó en el año 2008 por iniciativa del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (CERLALC) y la Fundación Autor, de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

Con sede en Bogotá, Colombia, los objetivos del ODAI son dos: i) hacer un seguimiento de la realidad jurídica y el impacto económico del derecho de autor y los derechos conexos en Iberoamérica, con el fin de apoyar los procesos de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas sobre esta materia; y ii) promover el fortalecimiento de los bienes y servicios culturales iberoamericanos a partir de la vinculación del sector público y el privado, a fin de impulsar espacios de deliberación y articulación entre todos los actores de las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDA).

► **Fondo Argentino de Cooperación Sur-Sur y Triangular (FO.AR)**

En materia de cooperación cultural horizontal y triangular, cabe destacar el Fondo Argentino de Cooperación Sur-Sur y Triangular (FO.AR), que se constituye como un instrumento de política exterior por medio del cual Argentina realiza proyectos conjuntos de cooperación técnica con otros países, mediante mecanismos de asociación, colaboración y apoyo mutuo.

Según consta en su sitio web, en los veinte años del FO.AR, este ha recibido más de seis mil solicitudes de cooperación técnica en temas como agricultura, ganadería, seguridad alimentaria, salud, educación, trabajo, desarrollo productivo, administración, gobernabilidad y derechos humanos.

En lo que respecta a la cooperación en cultura, el FO.AR ha apoyado diversos proyectos. Por ejemplo, ha colaborado con Uruguay en el proyecto «Memoria y representaciones artísticas del pasado», que consiste en el intercambio de experiencias sobre los modos de representar el pasado reciente entre el Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti de Argentina y su contraparte uruguaya, el Centro Cultural y Museo de la Memoria.

Otro de los países con el que ha cooperado Argentina es Bolivia, por medio del proyecto «Aplicación del SIG para la gestión del patrimonio histórico y cultural». Este consiste en la capacitación en el uso y la aplicación de información geográfica para la gestión del patrimonio cultural. El proyecto busca contribuir a generar planes de gestión cultural y un portal institucional con mapas y bases de datos de uso general.

Argentina también ha colaborado con Paraguay por medio del proyecto «Preservación del patrimonio documental histórico», que tiene por objetivo la organización (clasificación, ordenamiento y descripción de contenidos), conservación (guarda en cajas especiales) y catalogación de documentación histórica albergada en museos.

Asimismo, en Chile colaboró con el proyecto «Conservación del patrimonio arqueológico», con el objetivo de capacitar en restauración y conservación de esculturas y estructuras prehispánicas, desde su limpieza y restauración y su puesta en valor hasta metodologías de conservación ante los peligros de la erosión.

Recuadro 7.2.

Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC)

El Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC) es una iniciativa de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), surgida del mandato otorgado en la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura, celebrada en Salamanca, España, en septiembre de 2012. Se trata de un proyecto de cooperación cultural de carácter iberoamericano que buscará reunir y difundir información significativa en materia cultural y de cooperación cultural, así como contribuir a la elaboración de una metodología compartida de indicadores culturales de interés común para la región.

El OIBC surge de la necesidad de contribuir al proceso que se lleva a cabo en la región para estimar y difundir de forma más certera la capacidad institucional y el enorme potencial económico de la cultura. Asimismo, la creación del Observatorio contribuirá a fortalecer las relaciones entre proyectos y profesionales del sector, a fomentar las relaciones de cooperación cultural a nivel nacional y regional, y a reforzar el proceso de construcción del espacio cultural compartido en los términos de la Carta Cultural Iberoamericana (CCI).

La importancia y el valor de la cultura en las sociedades contemporáneas han generado un interés creciente en los últimos años por desarrollar sistemas de información cultural que apoyen la toma de decisiones en el campo de las políticas culturales. Los recursos que elabore y difunda el OIBC se considerarán de interés por su aporte a la formulación de políticas públicas en materia cultural y su contribución al desarrollo de las industrias creativas en la región. Para llevar adelante este proceso se alentará la participación e implicación de los responsables de cultura y de cooperación cultural y de los responsables de información estadística cultural de los países iberoamericanos.

El OIBC, como iniciativa de cooperación regional, ha establecido redes de intercambio de información con entidades culturales que dependen de manera directa de los Gobiernos iberoamericanos o con entidades independientes de estos. Ya cuenta con tres boletines desarrollados íntegramente, a lo que se suma la participación en diversos encuentros referidos al desarrollo de procesos y políticas culturales.

Entre las tareas realizadas por el OIBC durante 2013 cabe consignar:

La puesta en marcha del espacio web en el que se identifican los entes y órganos institucionales en materia cultural y las instituciones culturales de carácter estatal más relevantes en la región. El espacio web constituye una referencia para el intercambio de información en materia cultural a través de las redes sociales y un canal para el contacto y el diálogo de la comunidad cultural en la región.

La elaboración y difusión del Boletín del OIBC, que reunirá mensualmente información de actualidad sobre asuntos de especial atención para la comunidad cultural iberoamericana, con el objeto de contribuir al área de indicadores culturales y sistemas de información cultural.

La identificación de los responsables políticos y técnicos de los sistemas de información cultural en los ministerios de Cultura de la región y en los organismos internacionales interesados: Unesco, CERLALC, BID, OEA, SICA, CAB.

Una reunión técnica organizada por la OEI los días 27 y 28 de mayo de 2013 en la ciudad de Buenos Aires para elaborar una agenda compartida conjunta en coordinación con los responsables en materia de información cultural de los ministerios de Cultura de los países iberoamericanos.

Por su parte, durante 2014 las actividades se han concentrado fundamentalmente en:

El lanzamiento del portal web del Observatorio Iberoamericano de Cultura, disponible para su consulta en la siguiente dirección: <http://www.oibcult.org/web>. En él se puede acceder a información referente a las estadísticas, encuestas de hábitos y prácticas culturales, y otros estudios y documentos de temática relacionada.

El apoyo en la elaboración de Cuentas Satélites de Cultura. Tras la firma de los convenios de colaboración con El Salvador, la República Dominicana y Guatemala, se han realizado ya las visitas de evaluación del proyecto por parte del equipo técnico de CEPAL, como paso previo al apoyo

que recibirán de la OEI. Se ha firmado recientemente un acuerdo de colaboración con Bolivia para prestar el apoyo técnico en la elaboración de su Cuenta Satélite de Cultura y se han comprometido los fondos de apoyo al proyecto en Costa Rica.

La celebración de la primera reunión del Consejo Ejecutivo del OIBC. En el encuentro mantenido en la ciudad de Bogotá (Colombia), se acordó realizar un informe diagnóstico sobre la existencia de estadísticas culturales y encuestas de hábitos en los países iberoamericanos, y avanzar sobre el estado de los proyectos de Cuentas Satélite de Cultura que se están llevando a cabo. Asimismo, se insistió en el necesario refuerzo para avanzar, a través de los canales de comunicación establecidos y junto con el resto de organismos regionales que trabajan en paralelo al OIBC, así como con los responsables técnicos de cada ministerio, en el trabajo que se ha de llevar a cabo en los próximos años.

En la actualidad, el OIBC, además del presente estudio, se encuentra desarrollando las siguientes tareas:

Asistencias técnicas para el desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura (CSC). EL OIBC ha continuado avanzando con los trabajos vinculados al desarrollo de las Cuentas Satélites de Cultura en la región, con el fin de contribuir a evaluar de mejor manera el peso de la cultura en el área y su contribución a la creación de empleo y de riqueza, y fortalecer al mismo tiempo las políticas culturales de los países miembros de la OEI. Hasta la fecha se han llevado a cabo asistencias en Bolivia, El Salvador, Guatemala y la República Dominicana, y se han comenzado los contactos para la colaboración con Costa Rica.

La elaboración del estudio OEI-Latinobarómetro sobre Acceso y Participación en Actividades Culturales en América Latina. A partir de la encuesta realizada a nivel regional, se está elaborando el que será el primer análisis comparativo de hábitos y prácticas culturales de los países latinoamericanos. El presente estudio incluye algunos aspectos de esta información.

La participación en la reunión internacional para la actualización de la metodología de las Cuentas Satélites de Cultura y la creación de una red de Cuentas Satélites de Cultura, celebrada en la ciudad de San José, Costa Rica, a fines de febrero de 2014, organizada por el Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica y el Convenio Andrés Bello (CAB).

Fuente: <http://www.oibcult.org/web>, <http://www.oibcult.org/web/?-Boletines-y-documentos-propios->.

7.6. Calidad y eficacia de la cooperación cultural internacional. Algunas recomendaciones

Aun cuando la cooperación internacional en cultura constituye un instrumento que no se puede desestimar, la manera en que se conduce puede reportar resultados positivos, pero también, si no se realiza de manera idónea, reducir o anular el potencial e impacto que aquella pueda presentar.

A este respecto, en 2005 se aprobó la Declaración de París sobre la Eficacia de la Ayuda al Desarrollo. Si bien no está enfocada al ámbito cultural específicamente, plantea ejes transversales a la AOD, que contribuyen igualmente al desarrollo de la cooperación cultural. Se compone de cuatro objetivos principales:

1. Aumentar la eficacia de la ayuda al desarrollo.
2. Adaptarla y aplicarla a las distintas situaciones de los países.
3. Especificar indicadores, calendarios y metas.
4. Supervisar y evaluar la implementación.

Estos objetivos y la atención de mejorar la eficacia de la ayuda no responden a hechos aislados de una inadecuada implementación de la misma. Por el contrario, se enmarcan en la presencia de errores que se cometen en el momento de conducir la ayuda. A continuación se identifican tres puntos relevantes que es preciso considerar para evitar incurrir en dichos errores y mejorar así el desempeño de la ayuda.

El diseño de la cooperación. Uno de los errores que suele cometerse sucede en el momento del diseño de la cooperación, cuando, debido a que no se consideran o se desconocen las verdaderas necesidades de la población beneficiaria, se termina por implementar una ayuda poco eficaz. En rigor, existe la tentación entre los donantes de convertir la acción cultural en la mera difusión de su propia cultura, sin la inclusión de las necesidades del receptor (Alonso, Lozano y Prialé, 2004). De ese modo se obvia uno de los propósitos de la cooperación: contribuir a fortalecer las capacidades y autonomía de los países receptores.

Concepción limitada del ámbito cultural. En este caso, aun cuando se pueda reconocer un sentido amplio del concepto de cultura, uno de los cuestionamientos que se realiza es que buena parte de la acción de los donantes se despliega en el ámbito al que remite la acepción más estrecha de lo cultural, específicamente en lo relacionado con el patrimonio inmobiliario y las producciones artísticas. Se le resta importancia a un amplio espacio para la cooperación, vinculado a las expresiones populares de identidad, al patrimonio de tradiciones y oficios o a las infraestructuras físicas e institucionales de gestión cultural en el país de destino (Alonso, Lozano y Prialé, 2004).

Doble carácter de la cultura. En tercer lugar, la apelación se refiere a considerar el doble carácter de la cultura como ámbito específico de trabajo y como dimensión que debe considerarse en toda intervención. Es decir, para situar la cultura como parte de la estrategia de desarrollo, debe tenerse en cuenta el impacto que toda intervención de desarrollo tiene en el ámbito cultural, y considerar los modos de recepción, los valores dominantes o los comportamientos culturales de los destinatarios (Alonso, Lozano y Prialé, 2004).

Además de tener en cuenta lo señalado, se recomiendan tres líneas de actuación para lograr una mayor eficiencia de la cooperación en materia cultural:

Compaginar las diferencias culturales. En consonancia con lo que se señalaba anteriormente, esta primera recomendación apunta a conocer las necesidades de la población beneficiaria, pero, sobre todo, las diferencias culturales que esta pueda presentar respecto al país cooperante. Esas diferencias pueden conducir al distanciamiento si no hay capacidad para aprender y tolerar la diversidad cultural que cada parte aporta al tratamiento de los problemas (Nivón, 2002).

Armonizar las diferencias en cuanto al tamaño de los organismos de cooperación. Especialmente en los casos en que una gran institución coopera con una pequeña organización, es posible que exista dificultad para llegar a un acuerdo. Los especialistas en cooperación deben tratar de aconsejar a los socios para que cooperen con agencias del mismo nivel estructural. Grandes instituciones terminan por comerse los pequeños proyectos o por generar dependencias indeseables que poco ayudan a la futura autonomía de los proyectos (Nivón, 2002).

La producción de una cultura híbrida o de partenariado. En este caso, la recomendación apunta a comprender la cooperación como un proceso de educación recíproca, en donde, si ella es parte del interés común de los distintos agentes cooperantes, el resultado debería producir negociaciones consensuadas con las agendas, objetivos y formas de organización para la resolución de problemas comunes (Nivón, 2002).

Finalmente, cabe apuntar la tendencia a la disminución de la Ayuda Oficial para el Desarrollo destinada a la región. Como se mencionó anteriormente, América Latina ocupa un lugar cada vez menor en el sistema tradicional de cooperación internacional, pues es considerada una región con países de renta media. Los efectos que la crisis financiera internacional ha tenido en los países de la Unión Europea y en Estados Unidos, la necesidad de elaborar multimillonarios planes de rescate para grandes bancos internacionales –y también para bancos centrales de algunos países en particular–, así como la lenta recuperación de la mayoría de las economías desarrolladas, han puesto en tensión los planes de cooperación financiera con otras regiones del mundo.

Con estas premisas es previsible una significativa reorientación de la Ayuda Oficial para el Desarrollo hacia países con mayores niveles de pobreza (países menos adelantados), los cuales en su mayoría se ubican en otras regiones del mundo. Por consiguiente, es probable una disminución progresiva de la cooperación financiera internacional para con la mayoría de los países de América Latina, con el consiguiente impacto en materia de cooperación financiera en el ámbito cultural.

Asimismo se debe tener en cuenta que el año 2015 marca el final de la iniciativa Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), promovida por las Naciones Unidas, y su reformulación bajo el nombre de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lo que puede reconfigurar diversos objetivos y metas de la cooperación internacional de carácter oficial. Este nuevo escenario puede, o bien acentuar la disminución de la cooperación internacional a la región, o bien reorientarla en torno a ámbitos en los que esta presenta rezagos.

Todo lo anterior refuerza la necesidad de buscar nuevas modalidades de cooperación tanto financiera como técnica, y principalmente reforzar la llamada cooperación sur-sur y la cooperación horizontal. En la región, estas modalidades de cooperación tienen grandes potencialidades tanto por el hecho de que los países conforman una gran comunidad iberoamericana con diferencias pero también con códigos compartidos como porque hay múltiples capacidades técnicas distribuidas en los diversos países y economías fuertes dentro de la región, capaces de destinar recursos de cierta cuantía para desarrollar proyectos con países hermanos.

Recuadro 7.3.

La cooperación privada: el mecenazgo cultural

Como sinónimo de «patrocinio cultural», el mecenazgo actual es un proceso de intercambio mediante el cual una entidad empresarial ofrece unos recursos en moneda o en especie a una organización, evento o causa patrocinada con la finalidad de conseguir un beneficio indirecto al asociar con ella su imagen corporativa o de marca, sus productos o servicios (Capriotti, 2007).

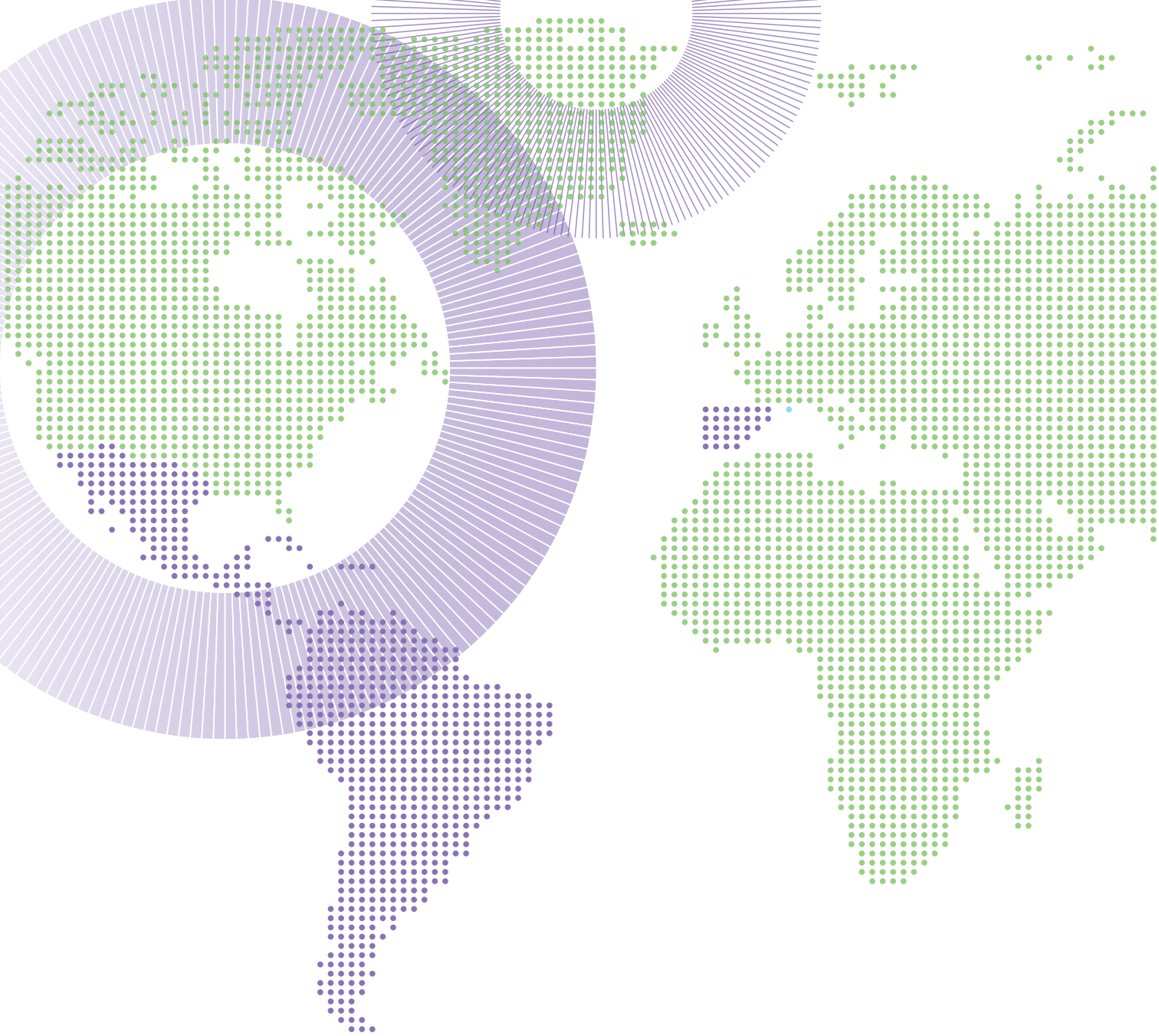
En la actualidad algunos países de la región están avanzando en la conformación o el fortalecimiento de regímenes legales específicos de estímulo al mecenazgo y el patrocinio empresarial a la cultura. El auge de la gestión y el *fundraising* cultural está relacionado no solo con la necesidad de administrar mejor las organizaciones culturales, sino con la creciente complejidad de la financiación de la cultura en el marco de un mercado competitivo que tiende a exigir una mayor adaptación social y mejores resultados. Lo cierto es que el sector público no agota las posibilidades de intervención en el ámbito de la cultura. El sector privado también interviene en el mismo campo, de manera activa y con buenos resultados.

No es posible determinar si estas iniciativas legales responden a un modelo de políticas de financiamiento cultural más o menos extensible en la región. También se carece de una mirada estructural que pueda arrojar luz sobre los problemas y oportunidades que el mecenazgo privado de la cultura podría reportar para el sector. No abundan tampoco las miradas regionales sobre políticas culturales comparadas en relación con el mecenazgo que puedan servir para iluminar la discusión legislativa.

El desarrollo del mecenazgo cultural depende de un conjunto de condiciones que lo pueden favorecer u obstaculizar. La elaboración y mejora de leyes que faciliten su operación y otorguen incentivos de manera equilibrada es una línea de acción necesaria para un buen desarrollo de este tipo de cooperación. Esto debiera acompañarse con políticas públicas activas al respecto, que estructuren los mecanismos de cooperación y regulen los procesos.

Lo anterior incluye multiplicar los espacios de cooperación y desconcentrar el patrocinio cultural para que no solo sean las grandes empresas privadas –muchas multinacionales– las que compongan este segmento, ya sea directamente o a través de fundaciones. Cabe un gran espacio para la sociedad civil, por lo que no debe desmerecer la atención de los organismos públicos a la actividad voluntaria y el micromecenazgo (se puede encontrar más información sobre este tema en los Recuadros 8.4 y 8.5), más aún con la masificación de la cultura digital.

Fuentes: Cristian Antoine, «Mapa Mecenazgo Cultura América Latina», *Revista de Humanidades*, 21, 161-181, junio de 2010. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321227216007>; Cristian Antoine, «América Latina y las políticas públicas de mecenazgo privado a la cultura: ¿una nueva oportunidad perdida?», *Boletín de Gestión Cultural*, 18 («La gestión cultural desde el ámbito empresarial privado»), junio de 2009; José Carlos Barboza de Oliveira, «Incentivos fiscales a la cultura en Brasil», Seminario Internacional Aportes Financieros del Sector Privado a las Artes, 17-27, julio de 2008; Paul Capriotti, «La responsabilidad social corporativa de las empresas españolas en los medios de comunicación», *Zer: Revista de Estudios de Comunicación / Journal of Communication Studies*, 12 (23), 61-74, 2007.



PARTICIPACIÓN Y CONSUMO CULTURAL EN LA ERA DIGITAL

Este capítulo está dedicado al análisis de la participación y el consumo cultural. Un análisis de la participación en cultura no estaría completo si no se presentara junto con la oferta de bienes culturales. Por ello, en la medida de lo posible, intenta aproximarse tanto a la oferta como a la demanda de bienes culturales en la región.

En el capítulo se distinguen siete ámbitos o sectores de la cultura: patrimonio, presentaciones artísticas, libros, cine, música, medios de comunicación y nuevas tecnologías (TIC). El análisis de cada uno de estos ámbitos trata de seguir un mismo modelo, que incide en tres aspectos:

Primero se realiza una mínima caracterización de la oferta del ámbito cultural. En segundo lugar, se analizan los patrones de consumo cultural teniendo en cuenta las diferencias por estrato socioeconómico, nivel educativo y otros factores sociodemográficos. Con ello se busca resaltar las desigualdades de acceso al consumo de los diferentes bienes culturales. (Se entiende que los patrones de consumo cultural no obedecen solamente a preferencias de los individuos, sino que también están relacionados con aspectos de la estructura social que influyen en la reproducción intergeneracional de los intereses culturales). En tercer lugar, y a partir de la escasa información disponible, se intenta examinar cómo cada uno de estos ámbitos culturales se está modificando, producto del impacto de la cultura digital. El supuesto del que se parte es que los teatros, los museos, las librerías, el cine o la música no han permanecido ajenos al creciente papel que las nuevas tecnologías ejercen en la manera en que las personas buscan y encuentran todo tipo de contenidos culturales. Por lo que, además, se trata de exponer qué cambios han surgido en los modos de producción, circulación y consumo de los bienes culturales.

En el capítulo se utilizan tres fuentes de información diferentes. En primer lugar, la información oficial de los países, principalmente encuestas de consumo cultural, pero también otras fuentes estadísticas de carácter administrativo. En segundo lugar, el módulo de cultura realizado por el Latinobarómetro para la OEI (este módulo tiene la gran ventaja de que presenta información comparativa sobre consumos culturales para diecisiete países de la región). Por último, fuentes internacionales que recopilan estadísticas sobre determinados ámbitos de la cultura (Unesco, CERLALC e ILAM, entre otras).

8.1. El patrimonio cultural

En Iberoamérica existe una amplia oferta de patrimonio cultural y natural. Según el Instituto Latinoamericano de Museos (ILAM), patrimonio cultural es:

El conjunto de bienes tangibles e intangibles que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El patrimonio cultural como producto de la creatividad humana se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación.

Por patrimonio natural entiende «el conjunto de bienes y riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores»; y por patrimonio cultural-natural, «la expresión de la relación de los seres humanos y su medio»¹. Este último estaría constituido por elementos de la naturaleza, que se mantienen en su contexto original, intervenidos de algún modo por los seres humanos.

Según datos del ILAM, en 2014 hay 3961 museos en la región². La mayor mayoría de ellos (2980) forman parte del patrimonio cultural, categoría que incluye museos de arte, antropología, historia y ciencia y tecnología. Le siguen los museos generalizados y de comunidad (613), que conforman el patrimonio cultural-natural. Los museos de ciencias naturales (368) se consideran parte del patrimonio natural.

La oferta de patrimonio cultural y natural es heterogénea en la región. El mayor número de museos se encuentra en España (1529)³, seguido por México (1045). Después figuran Brasil (728), Argentina (693), Colombia (417) y Portugal (345)⁴, países que también exhiben una amplia oferta museística. Una oferta cuantitativamente menor, no por ello menos significativa, es la de Venezuela (242), Perú (193), Chile (132), Ecuador (120) y Uruguay (115).

¹ Para mayor información véase: <http://www.ilam.org/>.

² Como se puede apreciar en el Cuadro 8.1, los datos oficiales difieren de los proporcionados por el ILAM. Por motivos de comparabilidad y riqueza de análisis en el texto solo se analizan las cifras del ILAM.

³ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, 2010-2011.

⁴ Portugal, Estatísticas da Cultura, 2012.

Cuadro 8.1.

Iberoamérica (dieciocho países): Patrimonio cultural, natural y cultural-natural, alrededor de 2014

	Patrimonio natural: museos de ciencias naturales	Patrimonio cultural-natural: Museos generalizados y de comunidad	Patrimonio cultural: Museos de arte, antropología, historia y ciencia y tecnología	Total museos	Sitios arqueológicos e históricos	Total patrimonio	Número de museos según fuentes nacionales	Número de sitios arqueológicos según fuentes nacionales	Número de habitantes por museo o sitio arqueológico
Argentina	79	127	487	693	16	709	1017	...	58961
Brasil	98	59	571	728	20	748	1500	...	270098
Chile	9	19	95	123	9	132	210	...	134643
Colombia	41	31	345	417	10	427	114589
Costa Rica	7	7	17	31	5	36	54	7	137160
Cuba	5	2	33	40	1	41	267	...	274600
Ecuador	9	5	106	120	8	128	186	17	124864
El Salvador	2	3	13	18	5	23	277554
Guatemala	5	4	47	56	14	70	57	12	226567
Honduras	2	3	17	22	5	27	305954
México	47	313	685	1045	162	1207	1185	176	102568
Nicaragua	5	3	41	49	3	52	118640
Panamá	3	2	10	15	1	16	14	113	245376
Paraguay	5	1	23	29	6	35	197645
Perú	13	12	168	193	28	221	317	135	139227
República Dominicana	3	0	22	25	6	31	339644
Uruguay	11	17	87	115	2	117	29220
Venezuela, Rep. Bol. de	24	5	213	242	7	249	123901
Total	368	613	2980	3961	308	4269	4807	460	178956

Fuentes: *Museos y sitios arqueológicos* (ILAM, 2014). Para estadísticas nacionales oficiales, CEPAL sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países (2010-2014). Para el número de habitantes por país: Naciones Unidas, División de Población. Estadísticas nacionales por países: Argentina: *Atlas cultural de la Argentina*, 2014 (elaborado según el Sistema de Información Cultural de la Argentina); Brasil: *Revista Museus em Números*, Instituto Brasileiro de Museus, IBRAM, 2011 (sobre la base del Cadastro Nacional de Museus, MINC); Chile: Base Musa, Subdirección de Museos, 2014; Costa Rica: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Costa Rica*, 2011 (elaborado según el Sistema de Información Cultural de las Américas y Museo Nacional de Costa Rica); Cuba: Anuario Estadístico de Cuba, 2010 (elaborado con información de la Oficina Nacional de Estadísticas); Ecuador: Dirección de Museos y Sitios Arqueológicos, Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y Subsecretaría de Patrimonio, Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2012; Guatemala: Ministerio de Cultura y Deportes, 2014; México: Instituto Nacional de Antropología e Historia de México (INAH) y Sistema de Información Cultural, 2014; Panamá: Sistema de Información Cultural de las Américas (elaborado sobre la información del Instituto Nacional de Cultura, INAC; la Dirección Nacional de Patrimonio Histórico, 2012, y el Departamento de Conservación y Restauración, 2010); Perú: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Perú*, 2011 (elaborado sobre la información de la Dirección de Museos y Bienes Muebles del Ministerio de Cultura, Dirección Regional de Cultura, IPerú-Promperú).

Por otro lado, en América Latina existe un importante número de sitios arqueológicos (308), que son expresión fundamental del patrimonio cultural-natural⁵. En México se encuentra más de un tercio de los sitios arqueológicos de la región (162). Perú (28), Brasil (20), Argentina (16) y Guatemala (14) también tienen una oferta significativa de esta expresión del patrimonio. Por otro lado, en España existen 2084 sitios arqueológicos⁶ y en Portugal 497⁷. En su conjunto, hay ocho veces más sitios arqueológicos en Europa que en toda América Latina.

La región alcanza un promedio de 138 113 habitantes por museo o sitio arqueológico (patrimonio total). Nueve de los dieciocho países (Brasil, Perú, Paraguay y la mayor parte de los países centroamericanos) exhiben un número superior al promedio. En el otro extremo, Uruguay es el país con menos habitantes por museo o sitio arqueológico, seguido de Argentina y Colombia.

La información disponible en las encuestas de consumo cultural indica que más del 60% de la población encuestada reconoció no haber visitado un museo en los últimos doce meses (véase el Gráfico 8.1). Uruguay alcanza la asistencia más alta con un 38,1%, seguido por España (30,6%) y Chile (23,6%). Colombia exhibe los niveles más bajos de asistencia a museos (14,7%).

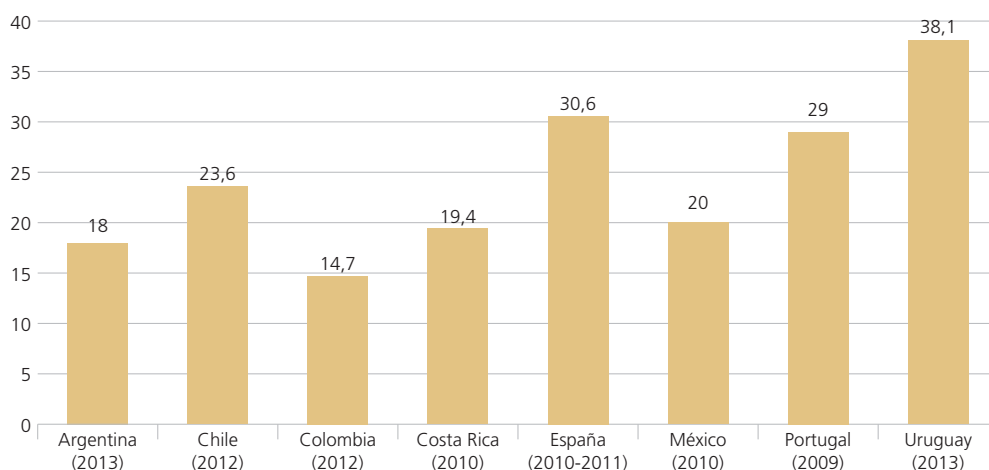
Cabe señalar que México, si bien es el país de la región que tiene la mayor oferta de museos, exhibe bajos niveles de asistencia: solo el 22,5% de la población encuestada declara haber asistido en los últimos doce meses. Algo similar sucede con los países de la península ibérica. Sin embargo, menos de un tercio de la población encuestada asegura haber asistido a un museo en el último año. Estos datos parecen indicar que no existe una asociación entre la oferta y el consumo de este tipo de bienes culturales, lo cual crea, sin duda, una paradoja.

⁵ En la clasificación del ILAM los sitios arqueológicos forman parte del patrimonio cultural-natural.

⁶ Estadística de Museos y Colecciones Museográficas (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, MECD).

⁷ Estatísticas da Cultura, 2012.

Gráfico 8.1.
Asistencia a museos en los últimos doce meses (2009-2013)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países. Argentina: Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2013; Chile: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, 2012; Colombia: Encuesta de Consumos Culturales, 2012; Costa Rica: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de Costa Rica, 2010; España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (elaborado sobre la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, MECD, 2010-2011); México: Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales, 2010; Portugal: Special Eurobarometer 399: Cultural Access and Participation, 2013; Uruguay: Imaginarios y Consumo Cultural: Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, 2009.

Notas: 1. La cifra para Portugal incluye asistencia a exposiciones de arte o museos en el último año. 2. La cifra para Uruguay incluye la asistencia a galerías de arte o museos en el último año.

La información del Latinobarómetro permite aproximarse a los patrones de asistencia a lugares patrimoniales según estratos de población. La pregunta sobre asistencia a lugares patrimoniales incluye sitios arqueológicos, monumentos y lugares históricos de importancia simbólica, etnológica o antropológica⁸.

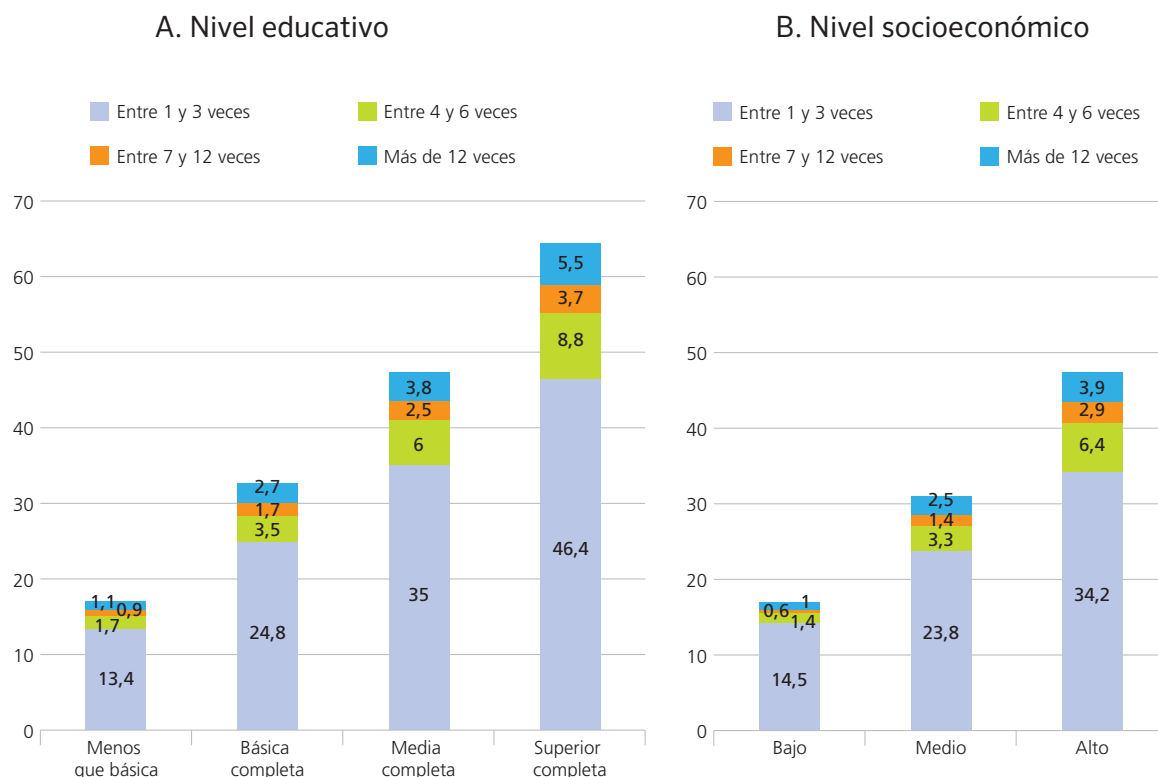
Al igual que en el caso de los museos, más de la mitad de la población encuestada (61%) señaló no haber asistido nunca a un parque histórico o cultural o a un lugar del patrimonio. Tomando en cuenta la población que señala haber asistido, se observa que los niveles socioeconómico y educativo son las variables que tienen mayor incidencia (véase el Gráfico 8.2). En efecto, en los últimos doce meses, un 47% de personas de estrato social alto habían asistido a algún parque histórico o cultural o a algún lugar del patrimonio, frente al 31% de los individuos de estrato medio y tan solo el 17% de los individuos pertenecientes al grupo socioeconómico más bajo. Por otro lado, destaca que el 80% de la población encuestada de nivel socioeconómico bajo

⁸ La pregunta es: *¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos doce meses?*

contestó que nunca había asistido a un lugar patrimonial, frente al 66 % de los pertenecientes al nivel medio y el 50 % de los que pertenecen al nivel socioeconómico alto.

Gráfico 8.2.

Asistencia a lugares patrimoniales según estrato socioeconómico y nivel educativo, 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

El nivel educativo de las personas también tiene gran impacto en la asistencia a los lugares patrimoniales. En efecto, más de las tres cuartas partes (79 %) de las personas que no completaron la educación básica señala no haber acudido nunca a un parque histórico o cultural o a un lugar del patrimonio. En el otro extremo, el 64 % de las personas con estudios superiores indicó que había visitado algún lugar del patrimonio en los últimos doce meses y, de ellos, el 46 % lo hizo «entre 1 y 3 veces». Por su parte, el 47 % de las personas con estudios de educación media señaló que había asistido a algún lugar del patrimonio en los últimos doce meses.

En definitiva, las cifras indican que en algunos países de la región se ha ido ampliando el acceso a los museos tradicionalmente restringido a públicos de elite. Sin embargo, los niveles socioeconómico y educativo de las personas son factores que aún condicionan el acceso a estos bienes culturales y que, por tanto, generan desigualdades.

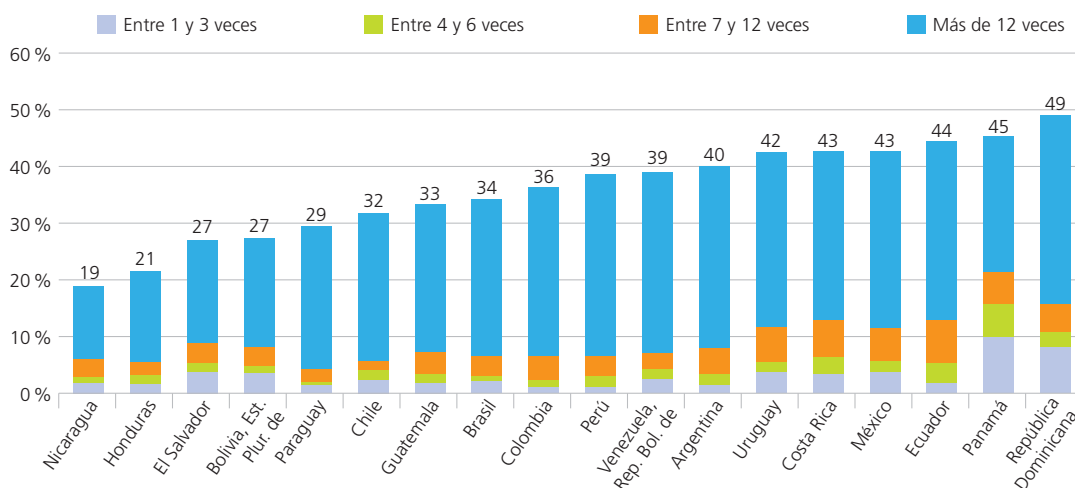
En los párrafos anteriores se ha hecho referencia al patrimonio material. Según la página web del ILAM, se definiría de la siguiente forma:

El patrimonio material está constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención; son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología o la artesanía, entre otros.

El patrimonio material incluye «bienes muebles» como pinturas, esculturas, libros, maquinaria, equipos de laboratorio, objetos domésticos, etc.; y también «bienes inmuebles», como una catedral, un sitio arqueológico, un edificio industrial, el centro histórico de una ciudad, etc. (página web del ILAM).

Gráfico 8.3.

Asistencia a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos doce meses, año 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

Sin embargo, también es importante considerar el patrimonio intangible, que comprende un conjunto de elementos sin soporte físico. Son las manifestaciones no materiales de la cultura (saberes, celebraciones, formas de expresión) que se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Estas manifestaciones proceden de la cultura tradicional, popular o indígena, e incluyen festivales de tipo tradicional, carnavales, fiestas departamentales y municipales.

La información del Latinobarómetro indica que más de la mitad de los encuestados (60 %) señaló no haber participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos doce meses. Por el contrario, el 37 % de los encuestados afirmó haber participado.

La República Dominicana, Uruguay, Brasil, Panamá y Bolivia son los países de la región con mayores niveles de asistencia a celebraciones comunitarias (algo más de un 45 % de los encuestados responde afirmativamente)⁹. Por el contrario, los niveles de asistencia más bajos se registran en Centroamérica, especialmente en Honduras (18 %) y Nicaragua (16 %), más de las tres cuartas partes de cuya población reconoce no haber asistido «nunca» a este tipo de celebraciones. México también registra bajos niveles de asistencia.

Por último, es interesante considerar cómo la cultura digital está modificando la relación que las personas tienen con el patrimonio cultural y, en particular, con los museos. El Latinobarómetro incorpora un par de preguntas sobre este tema.

La primera cuestión es si las personas buscan información en internet sobre museos, bibliotecas y archivos. De acuerdo con el estudio *Los museos en la era digital*¹⁰, esto correspondería a la fase de investigación y descubrimiento que las personas realizan antes de visitar un museo. Los datos señalan que una proporción todavía minoritaria pero significativa de la población latinoamericana busca información de este tipo a través de internet. Es el caso de Colombia (10 %), México (10 %), Uruguay (8 %) y Argentina (7 %). Estos datos parecen indicar una tendencia incipiente hacia el uso de las tecnologías en la fase de descubrimiento del patrimonio cultural, principalmente por las actividades promocionales que realizan los museos a través de las redes digitales.

La segunda cuestión es si las personas realizan visitas virtuales a museos, exposiciones y monumentos. Según el estudio ya citado, esto correspondería a la fase de la experiencia directa de las personas durante la visita. Los datos del Latinobarómetro indican que en los países latinoamericanos esta es una experiencia que tiene baja significación. De hecho, los mayores niveles de visitas virtuales se encuentran en Argentina, Colombia y México (un máximo del 4 % de los encuestados). Esto significa que se está haciendo escaso uso de las tecnologías digitales para realizar visitas virtuales.

El tema de cómo las personas usan las nuevas tecnologías para relacionarse con las instituciones del patrimonio cultural en la fase de descubrimiento, durante la visitas y, eventualmen-

⁹ El carnaval en Brasil, Uruguay y Bolivia contribuye a la participación en estos países.

¹⁰ Disponible en <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3820/museos-en-la-era-digital/>.

Véase también Pau Waelder, «Del museo ubicuo al museo portátil: coleccionar y difundir arte digital», *Arte y Cultura Digital*, 6 de octubre de 2010. Disponible en <http://laboralcentrodearte.uoc.edu/?p=495>.

te, en la fase de intercambio de experiencias abre un conjunto de interrogantes, que recién comienzan a plantearse en América Latina y sobre las cuales no existe mayor investigación. Estas preguntas también remiten a la cuestión sobre cómo las instituciones culturales están aprovechando las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales para desarrollar nuevos servicios que permitan a las personas enriquecer sus experiencias.

Recuadro 8.1.

El Latinobarómetro

El estudio Latinobarómetro, realizado desde 1995 en dieciocho países de la región, lo produce la Corporación Latinobarómetro, una ONG sin fines de lucro con sede en Santiago de Chile. Hasta la fecha se han realizado diecisiete olas de mediciones con un total de 317 814 entrevistas.

Latinobarómetro ha recogido información sobre aproximadamente mil variables de opinión pública, organizadas en temas de política, economía, sociedad, coyuntura y desafíos para el desarrollo de los países de la región. Para la oleada correspondiente a 2013, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) firmó un convenio con la Corporación Latinobarómetro con objeto de incluir un módulo de preguntas específicas sobre cultura y consumos culturales, que es el utilizado en el presente documento.

La medición del año 2013 tomó en consideración 20 204 entrevistas con muestras polietápicas y probabilísticas, realizadas entre el 31 de mayo y el 30 de junio de 2013. De este modo, se obtuvieron muestras nacionales representativas de toda la población de los países analizados.

Una de las principales ventajas de Latinobarómetro es usar un cuestionario armonizado que contiene las mismas preguntas para los diferentes países, lo cual garantiza la comparabilidad de la información recogida.

Fuente: Latinobarómetro.

8.2. Las presentaciones artísticas y exposiciones

En este acápite se consideran los rasgos más característicos de la oferta y el consumo de algunas de las principales expresiones artísticas: el teatro, la danza, las exposiciones de artes visuales y las presentaciones de música.

En el Cuadro 8.2 se muestra el número de salas de teatro para siete países de la región. Se puede apreciar que la oferta de teatro es heterogénea. Países como España y Argentina tienen una importante infraestructura de salas de teatro en relación con el número de habitantes. Por

el contrario, México y especialmente Perú presentan una reducida infraestructura para representaciones de teatro en relación con el número de habitantes. En términos del número total de salas, la situación en España, Argentina, Brasil y México sugiere la existencia de una prolífica actividad teatral con un gran número de compañías de teatro.

Cuadro 8.2.
Número de salas de teatro

	Salas de teatro	Número de habitantes por sala de teatro
Argentina (2013)	1152	35 978
Brasil (2010)	1229	158 837
Costa Rica (2011)	44	107 675
Cuba (2011)	72	156 612
España (2012)	1605	29 131
México (2010)	567	207 913
Panamá (2013)	15	257 611
Perú (2011)	55	538 452

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Argentina: *Atlas cultural de la Argentina*, 2014 (elaborado sobre el SInCA, 2013); Brasil: *Cultura em Números*, 2010 (elaborado sobre la base de FUNARTE, MinC); Costa Rica: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Costa Rica*, 2011; Cuba: Anuario de Estadísticas de Cuba, 2011 (elaborado sobre los datos de la Oficina Nacional de Estadística e Información); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (elaborado por el MECD y el INAEM, explotación estadística de las Bases de Datos de Recursos de las Artes Escénicas); México: Sistema de Información Cultural, 2014; Panamá: Sistema de Información Cultural de las Américas, 2013 (elaborado sobre los datos del Instituto Nacional de Cultura, INAC, y Amerpages Smart Directories); Perú: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Perú*, 2011. Para el número de habitantes: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

La información del Latinobarómetro indica que en promedio el 67% de los latinoamericanos encuestados nunca ha ido al teatro. Sin embargo, las cifras señalan que en algunos países se ha ido masificando el acceso al teatro aunque, ciertamente, esta no llegar a ser una práctica frecuente. Así, al considerar todas las personas que declaran haber ido al teatro –incluidas aquellas que fueron «hace más de un año»– los mayores niveles de asistencia se registran en Argentina y Uruguay, ambas en torno al 50%. Les siguen Costa Rica, Chile y Colombia, que alcanzan niveles en torno al 40%. Las tasas más bajas se ubican en los países centroamericanos. En la península ibérica los niveles de asistencia al teatro en el último año alcanzan el 19% en España¹¹ y el 13% en Portugal¹².

¹¹ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, 2010-2011.

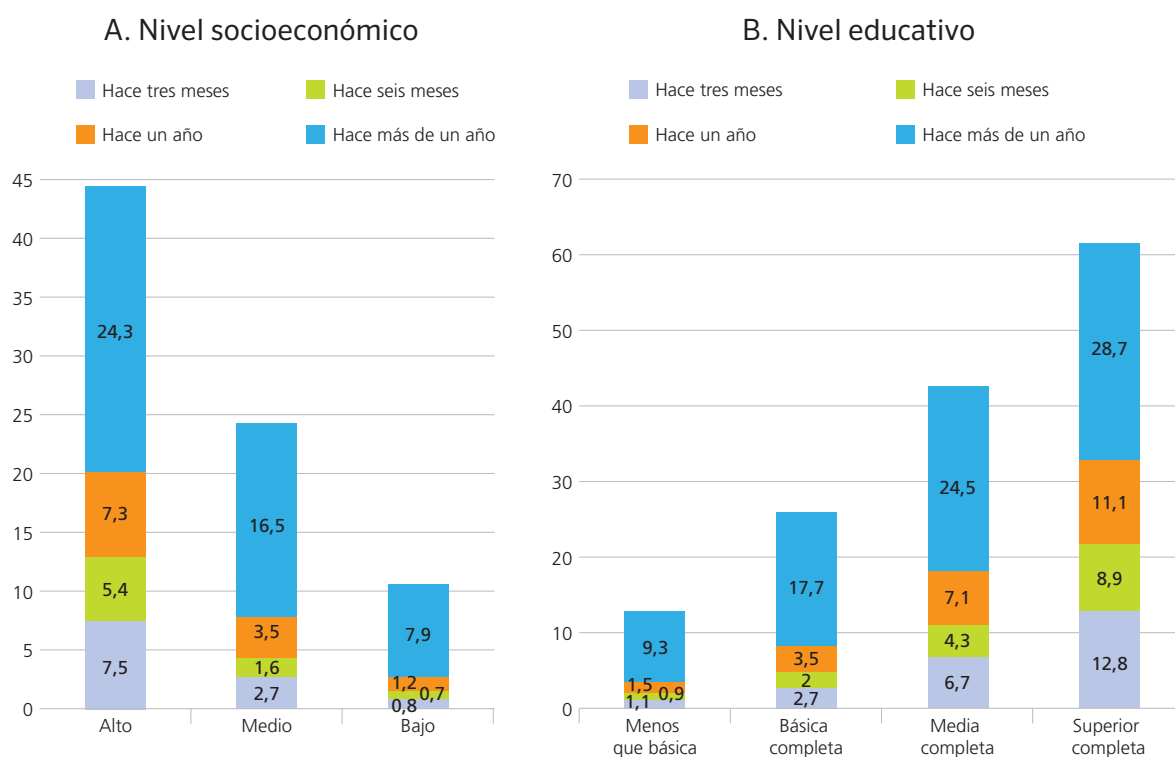
¹² Eurobarómetro Especial 399: Acceso y Participación Cultural 2013.

La asistencia al teatro está fuertemente asociada al nivel educativo (véase el Gráfico 8.4). De hecho, el 84 % de la población con formación básica incompleta declara no haber asistido nunca a una representación teatral, porcentaje que se reduce al 37 % en las personas con educación superior. En relación con las personas que dijeron haber asistido al teatro, la mayor parte lo había hecho «hace más de un año». De ellas, el 28,7 % tenía educación superior completa y el 9,3 % educación básica incompleta.

El nivel socioeconómico de las personas también incide en la asistencia a las representaciones teatrales. Así, el 86 % de las personas de nivel socioeconómico bajo nunca ha asistido a una obra de teatro. En el caso de las personas de estrato alto, este porcentaje se reduce al 53,5 %. Por otro lado, el 44,5 % de las personas de estrato alto declara haber ido al teatro alguna vez en contraste con el 10,6 % de estrato bajo.

Gráfico 8.4.

Asistencia al teatro según estrato socioeconómico y nivel educativo, año 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

Por otro lado, los festivales de teatro han desarrollado un papel importante en la masificación de esta expresión cultural. Un ejemplo muy importante en esta línea es el Festival Teatro a

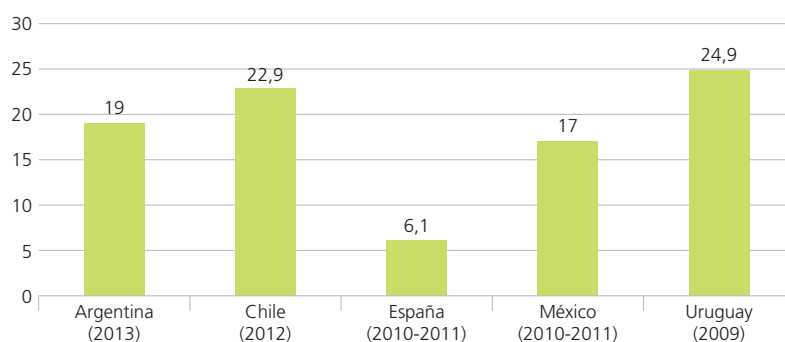
Mil, que se celebra cada mes de enero en Santiago de Chile desde 1994. Carmen Romero, su creadora, señala:

Sin darnos cuenta, de ese tímido enero de 1994 en que nació Teatro a Mil, con sus cinco montajes y diez mil espectadores peregrinando a la Estación Mapocho para ver obras contemporáneas chilenas, pasamos a tener las calles de Santiago de Chile convertidas en un escenario al aire libre. Porque no importa si vimos la foto en la primera plana del diario, la miramos desde alguna calle muy a lo lejos o estuvimos en primera línea, Santiago nunca olvidará que hace siete años –y nuevamente el 2010– una jovencita de siete metros de alto buscó por cuatro días a su rinoceronte perdido. Royal de Luxe consiguió movilizar por toda la ciudad a setecientos mil personas.

Eso es Teatro a Mil. En sus veintiún años de historia, más de ocho millones de personas se han volcado a ver teatro cada enero. Para el financiamiento, la arista más compleja, han logrado montar una estructura que mezcla aportes del Estado (6,7%), empresa privada (38,5%), pauta publicitaria de medios de comunicación (36%) y venta de entradas (6,4%), que consigue mantenerlos a flote. Entre 1994 y lo que se viene para el 2014, se habrán mostrado 830 espectáculos con sello nacional y 257 de corte internacional¹³.

Gráfico 8.5.

Asistencia a espectáculos de danza en el último año



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Argentina: Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2013 (elaborada sobre el SInCA); Chile: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, 2012); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (MECD y Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España); México:

¹³ Entrevista a Carmen Romero. Disponible en <http://www.capital.cl/negocios/teatro-a-mil-el-pequeno-gigante/>.

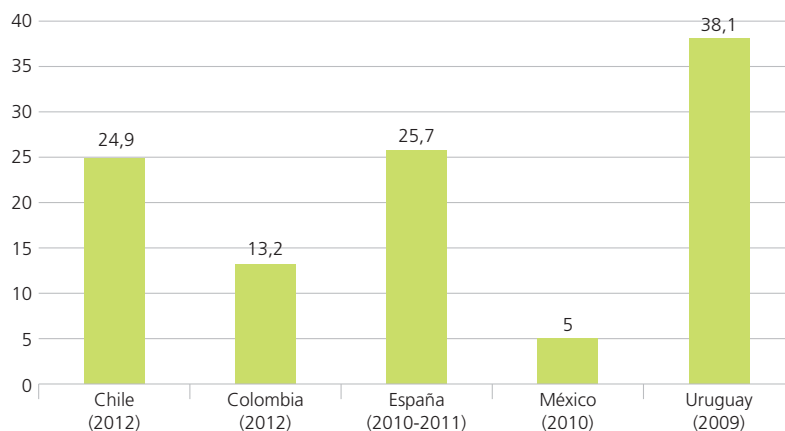
Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales, 2010 (elaborada sobre los datos de CONACULTA); Uruguay: Imaginarios y Consumo Cultural: Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, 2009.

En definitiva, al igual que en el caso de los museos, las cifras indican que el teatro también está en un proceso de ampliación de sus públicos. Sin embargo, los niveles educativo y socioeconómico de las personas continúan operando como factores que limitan el acceso de importantes sectores de la población al consumo de esta expresión cultural.

En el Gráfico 8.5 se presenta la asistencia a espectáculos de danza en el último año para cinco países de la región. La categoría Espectáculos de danza incluye *ballet*, danza moderna o contemporánea y danza regional o folclórica. Uruguay y Chile exhiben los niveles de asistencia más altos, con 24,9% y 22,9%, respectivamente; seguidos por Argentina (19%) y México (17%). Se trata de niveles de consumo relativamente altos si se considera que esta es una forma artística cuya apreciación requiere un alto capital cultural y, además, que la pregunta se refiere a la asistencia en el último año. En el mismo sentido, es interesante constatar que si bien existen datos oficiales para muy pocos países de la región, la oferta de este tipo de arte en ellos es relativamente importante. Así, según datos oficiales, en Chile se realizaron 3490 funciones de danza en 2012; en Cuba, 3205 en 2011; en España, 2633 en 2012; y en Portugal, 1171 en 2011.

Gráfico 8.6.

Asistencia a exposiciones de arte en el último año



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Chile: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, 2012; Colombia: Encuesta de Consumo Cultural, 2012 (elaborada sobre los datos de DANE); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (elaborado sobre datos del MECD y de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, 2010-2011); México: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales, 2010 (elaborada sobre datos de CONACULTA); Uruguay: Imaginarios y Consumo Cultural: Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, 2009.

En el Gráfico 8.6 se presentan datos de asistencia a exposiciones de arte (fundamentalmente, artes visuales). La situación en este caso es similar a lo ya señalado para los espectáculos de danza. Aquí destacan los altos niveles de asistencia en Uruguay, que llegan al 38,1%. También son altos los niveles de asistencia en Chile y España, con 24,9% y 24,7%, respectivamente.

Por último, se consideran los eventos musicales. Según información del Latinobarómetro, Argentina (43%), Chile (38%) y Perú (38%) son los países que muestran los niveles más elevados de asistencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo durante los últimos doce meses. Hay siete países con porcentajes inferiores al promedio regional (29,2%); destacan los casos de Honduras, Nicaragua y Brasil¹⁴. El 88% de los hondureños y de los nicaragüenses reconocen no haber asistido a ningún concierto o presentación de música en vivo durante los últimos doce meses, así como 80% de los brasileños. Según datos oficiales, el país con mayor participación de espectáculos en vivo en los últimos doce meses es Portugal, con una tasa de asistencia de 58,8%¹⁵.

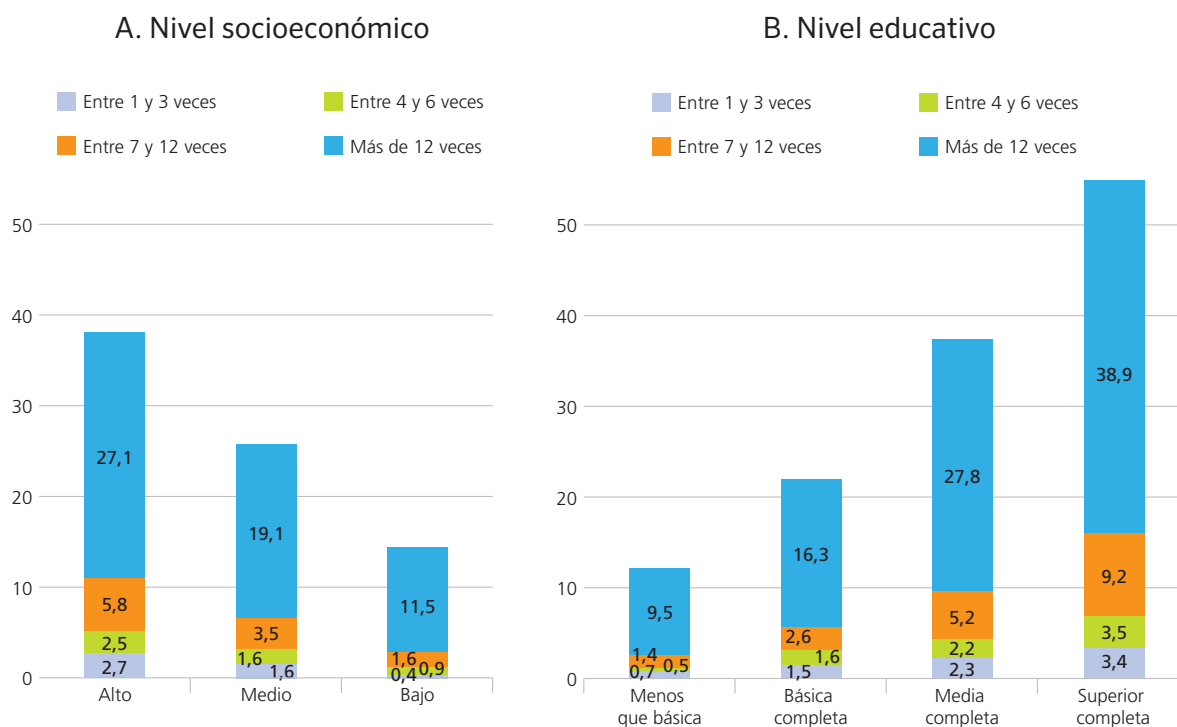
Al igual que en el caso de las expresiones artísticas ya consideradas, la asistencia a eventos musicales también está asociada a factores educativos y socioeconómicos. Como se muestra en el Gráfico 8.7, un 59,5% de las personas de estrato alto señala no haber asistido nunca a un evento musical en comparación con un 82,5% de las personas de estrato bajo. El 38,8% de las personas de mayor nivel de ingresos declaró haber asistido a uno o varios eventos de música en vivo durante los últimos doce meses; en el caso de las personas con ingresos medios el porcentaje fue del 26%; en el caso de las personas con bajos ingresos la tasa de asistencia es del 14%.

¹⁴ Este último dato es curioso, pues Brasil tiene una importante y mundialmente reconocida tradición en el campo de la música.

¹⁵ Portugal: Estatísticas da Cultura, 2012.

Gráfico 8.7.

Asistencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo según estrato socioeconómico y nivel educativo, año 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

Pregunta: En los últimos doce meses, ¿asistió a conciertos, recitales o presentaciones de música en vivo, en espacios abiertos y/o cerrados?

El nivel educativo también está fuertemente asociado a la asistencia a eventos de música en vivo. Más de la mitad de las personas que cuentan con estudios superiores (55%) asistieron al menos una vez en los últimos doce meses a un evento de música en vivo, así como un 41% de quienes terminaron la educación media, un 25% de las personas que alcanzaron la formación básica y un 12% de los que cuentan con educación básica incompleta. Las personas con mayor nivel de escolaridad asisten con mayor frecuencia a este tipo de espectáculos.

En el caso de la asistencia a eventos musicales, destaca que, además de los factores educativo y socioeconómico –que son diferenciadores de públicos comunes a varias expresiones artísticas–, se agrega la edad como otro factor que tiene incidencia. La información del Latinobarómetro señala que los jóvenes latinoamericanos de entre 16 y 30 acuden en mayor proporción y con mayor frecuencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo que otros grupos de edad. La asistencia a este tipo de espectáculos decrece en función de la edad. Así, el 37% de

los jóvenes asistieron a conciertos en los últimos doce meses, frente al 29 % de las personas de mediana edad y el 19 % de los mayores de 51 años.

En definitiva, los datos indican que en algunos países de la región se ha ido ampliando el acceso y, por ende, el consumo de expresiones artísticas tradicionalmente restringidas a públicos de elite. Sin embargo, los niveles socioeconómico y educativo de las personas son factores que aún condicionan el acceso a estos bienes culturales y, por tanto, generan desigualdades en el consumo.

Por último, es interesante resaltar que la cultura digital está modificando la relación que las personas tienen con las expresiones artísticas a las que nos hemos referido anteriormente (el teatro, la danza, las exposiciones de artes visuales y la música en vivo). Un estudio pionero realizado por Acción Cultural Española (AC/E) plantea lo siguiente (Anuario AC/E de Cultura Digital, 2014):

La irrupción en el sector cultural de las tecnologías de tercera generación –como el reconocimiento facial, sensores inteligentes, sistemas de recomendación basados en satisfacción real, aplicaciones interactivas para dispositivos móviles, entre otras novedades– ofrece a las entidades culturales un impresionante abanico de nuevas oportunidades para enriquecer la experiencia en las tres fases en las que el ciudadano tiene un contacto directo con una entidad cultural:

- Fase de descubrimiento: antes de visitarla.
- Fase de la experiencia directa: durante la visita.
- Fase de compartir la experiencia: después de visitarla.

La edición de este primer anuario ha centrado su atención en el mundo de las artes escénicas (teatro, ópera, danza, *ballet*, etc.). Hemos analizado la incorporación de las nuevas tecnologías en múltiples ámbitos de estas disciplinas: desde la producción y la promoción hasta la distribución, pasando por la creación o la escenificación, entre otras áreas..

8.3. Los libros

El sector de la edición de libros se ha desarrollado de manera heterogénea en Iberoamérica. Existen países en los cuales hay una industria editorial consolidada desde hace varias décadas, mientras que en otros la edición de libros sigue siendo incipiente. El Cuadro 8.3 da cuenta del número de títulos registrados en las agencias de ISBN nacionales en el primer semestre del 2013. Según estas agencias, en ese periodo, en América Latina se registraron 79 925 títulos en formato impreso. Brasil (40,6 %), Argentina (17 %), México (16,7 %) y Colombia (8,1 %) representan en conjunto el 83 % de los títulos registrados en el primer semestre de 2013. Estos son

los países en que existe una industria editorial consolidada. En Chile, Perú y, en menor medida, Ecuador, la industria editorial ha alcanzado cierto nivel de desarrollo, mientras que en los restantes países este es aún muy incipiente.

Cuadro 8.3.

Número de títulos registrados en las agencias ISBN nacionales, 2013 (primer semestre)

	Número de títulos registrados en las agencias ISBN nacionales (primer semestre de 2013)	Participación sobre el total de títulos registrados (primer semestre de 2013)
Argentina	13 396	17,0 %
Bolivia, Est. Plur. de	527	0,7 %
Brasil	32 025	40,6 %
Chile	2 509	3,2 %
Colombia	6 432	8,1 %
Costa Rica	742	0,9 %
Cuba	446	0,6 %
Ecuador	1 597	2,0 %
El Salvador	330	0,4 %
Guatemala	373	0,5 %
Honduras	84	0,1 %
México	13 207	16,7 %
Nicaragua	279	0,4 %
Panamá	416	0,5 %
Paraguay	442	0,6 %
Perú	2 935	3,7 %
República Dominicana	665	0,8 %
Uruguay	975	1,2 %
Venezuela, Rep. Bol. de	1 545	2,0 %
Total	78 925	100 %

Fuente: CERLALC, *El libro en cifras: Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*, 2013 (elaborado sobre los datos de las agencias nacionales del ISBN).

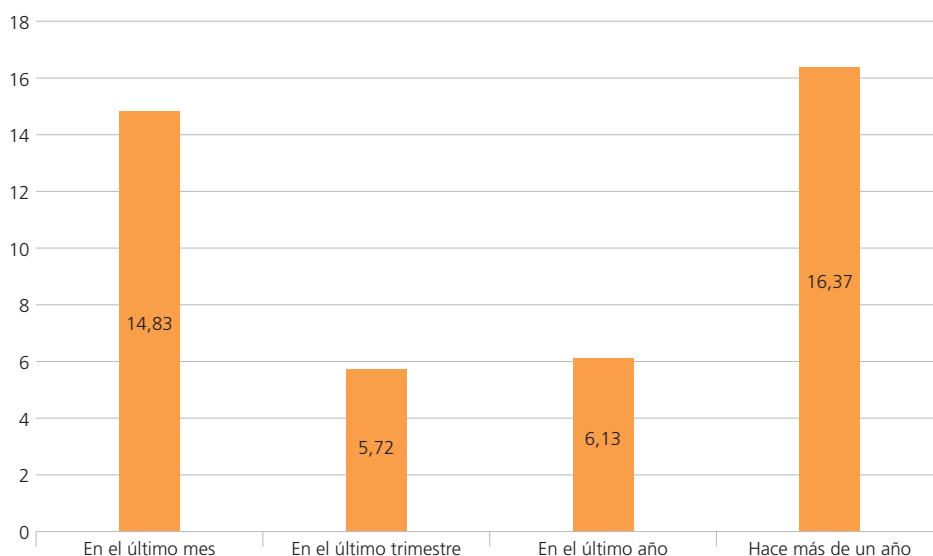
Cabe destacar que en el primer semestre del 2013 España registró 36 323 libros, que es casi la mitad de lo que se registra en total en América Latina, y más de lo que se registra en Brasil, lo que ratifica su posición como el país de mayor industria editorial en Iberoamérica¹⁶.

En la cadena de circulación del libro impreso participan distintos actores –autores, editores (impresores), vendedores (librerías)– antes de llegar a los lectores, que son los principales destinatarios y constituyen la justificación de todo el proceso editorial.

¹⁶ Federación de Gremios de Editores de España y Agencia del ISBN. «El sector editorial español ha publicado 36 323 títulos en el primer semestre del año», disponible en http://www.federacioneditores.org/O_Recursos/Documentos/130711NPR_FGEE_ISBN_Primer_Semestre_2013.pdf.

En Iberoamérica la edición, casi en su totalidad, es realizada por el sector editorial empresarial privado, y el Estado sigue siendo un factor determinante de la demanda. En algunos países los ministerios de Cultura representan un papel importante en la edición de títulos de autores nacionales o de la región. En España las empresas distribuidoras realizan alrededor del 50 % de la venta de las editoriales; en Latinoamérica el porcentaje es sustantivamente inferior, cercano al 20 %. Las librerías, por su parte, siguen siendo el principal canal para la comercialización de los libros (CERLALC, 2010).

Gráfico 8.8.
Frecuencia de lectura entre el último mes y un año, 2013



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de la encuesta Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

En el tema de los lectores y la lectura, lo primero que destaca es el alto porcentaje de no lectores de libros en la región. Según datos del Latinobarómetro, algo más de la mitad de la población (51,5 %) se declara no lectora de libros. Por otro lado, en términos de frecuencia de lectura, los datos indican que, del total de lectores (42,9 %), la mayor proporción (16,4 %) declara haber leído algún libro «hace más de un año», mientras que solo un 14,8 % manifiesta haber leído algún libro «en el último mes», un 5,7 % en el último trimestre y un 6,1 % en el último año (véase el Gráfico 8.8)¹⁷. Estos datos deberían ser motivo de preocupación no solo para la industria edi-

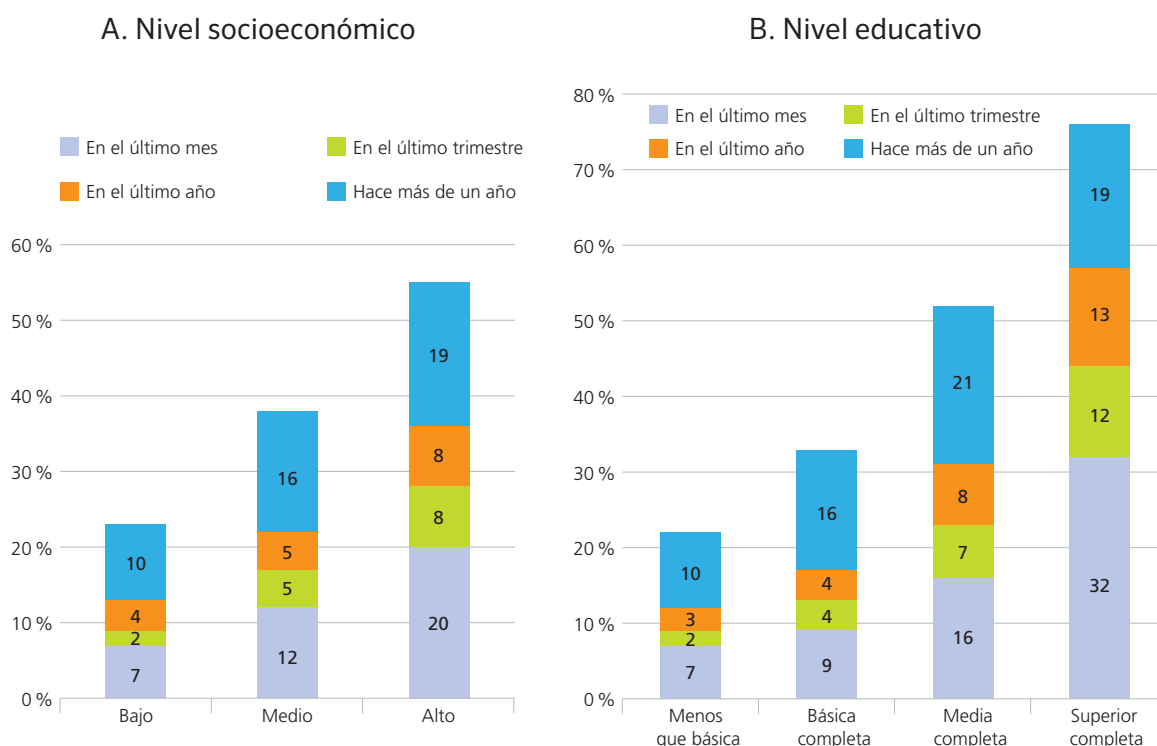
¹⁷ Habría que plantearse si acaso personas que declaran haber leído «hace más de un año» pueden ser efectivamente consideradas como población lectora. En este documento se considera que lo son.

torial –que en América Latina está principalmente en manos del sector privado–, sino también en términos de la política cultural de los países¹⁸.

Según la misma fuente, Panamá (64%), la República Dominicana (61%), Uruguay (52%), Costa Rica (51%), Ecuador (51%), Argentina (48%) y México (48%) son los países de la región que registran mayores niveles de lectura (todos superiores al 40%), independientemente de la frecuencia con que se realice esta práctica. Por su parte, el 58,7% de los españoles declara haber leído un libro en los últimos doce meses, al igual que el 41,6% de los portugueses¹⁹. Los países con menores niveles de lectura son Chile, Nicaragua, Honduras y Paraguay, con niveles de lectura inferiores al 30%.

Gráfico 8.9.

Frecuencia de lectura entre el último mes y un año, según nivel socioeconómico y nivel educativo, año 2013



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de la encuesta Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

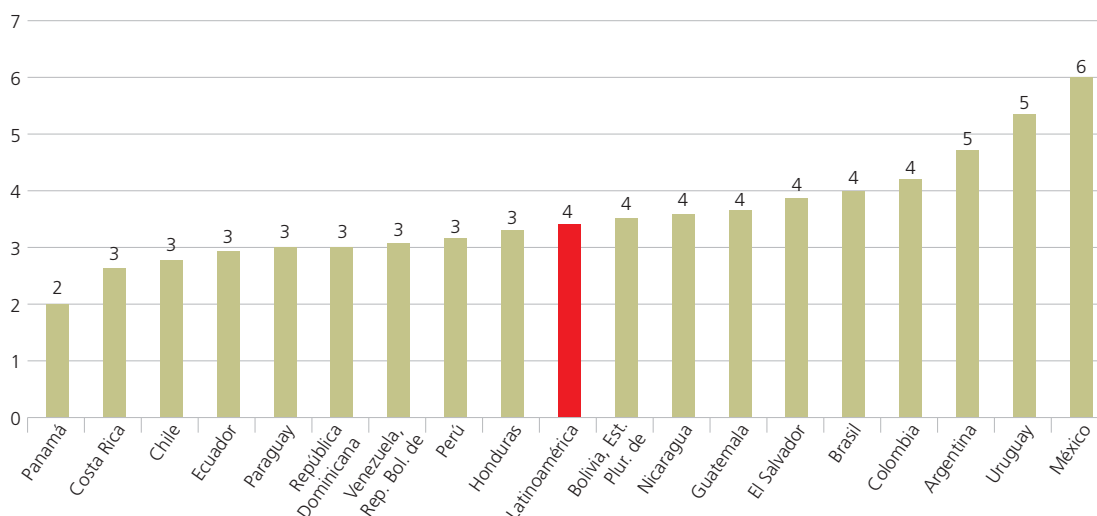
¹⁸ Existen distintas motivaciones para la lectura de libros. En la encuesta Latinobarómetro 2013 se distinguió entre la práctica de la lectura por motivos profesionales y/o estudios, y aquella que se realiza por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal, etc. Si bien esta diferenciación es pertinente, en el presente informe la información ha sido reprocesada para integrar ambas motivaciones en la práctica de la lectura.

¹⁹ Anuario de Estadísticas Culturales, España, 2013, y Estatísticas da Cultura, Portugal, 2012.

El Gráfico 8.9 muestra que la lectura de libros está fuertemente asociada al nivel educativo de las personas. Así, el 76% de los encuestados que han concluido la educación superior lee libros con distintos grados de frecuencia, seguido por quienes han concluido la educación media (52%), quienes han terminado la enseñanza básica (33%) y, finalmente, por las personas que no han concluido la educación básica (22%).

El Gráfico 8.9 también muestra que la lectura de libros está asociada al nivel socioeconómico. Así, el 55% de las personas de nivel socioeconómico alto lee libros con regularidad, frente a un 38% de las personas de estrato medio y un 23% de las personas de nivel socioeconómico bajo.

Gráfico 8.10.
Número de libros leídos al año por habitante, 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

En definitiva, las brechas educativas y socioeconómicas se expresan claramente en la práctica de la lectura. Ello implica que estos factores continúen limitando el acceso a esta práctica de las personas que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad social y económica.

Uno de los indicadores más representativos del desarrollo de la lectura en la población es el consumo promedio de libros al año. En Iberoamérica se lee una media de tres libros y medio al año. En la cabecera de la tabla se sitúa México con seis libros y Uruguay con cinco. Le siguen Argentina, Colombia y Brasil con un promedio aproximado de cuatro libros cada uno. En España se leen unos once libros al año según los datos de su última encuesta de lectura²⁰.

²⁰ Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012*, enero de 2013.

Al igual que en la frecuencia de lectura, los niveles socioeconómico y educativo de las personas son las variables más determinantes en el consumo promedio de libros por habitante. Así, las personas de estrato socioeconómico bajo leen en promedio 2,7 libros, a diferencia de los cuatro libros en promedio que leen las personas de estrato alto. Además, las personas que cuentan con educación superior leen una media de 5,1 libros, frente a los cuatro de las personas que cuentan con formación media, o los 2,5 que leen quienes cuentan con un nivel educativo básico.

Existen distintas formas de acceso al libro. Se puede acceder a través de la compra o del préstamo, realizado por otras personas o por las bibliotecas. En este informe se considera únicamente esta última modalidad, el préstamo bibliotecario, de vital importancia en particular para las personas de nivel socioeconómico bajo porque es una manera gratuita de acceder a los libros.

Cuadro 8.4.
Número de bibliotecas

	Número de bibliotecas	Número de habitantes por biblioteca
Argentina (2013)	3832	10816
Brasil (2010)	4951	39428
Chile (2012)	499	35000
Costa Rica (2011)	442	10565
Cuba (2011)	356	31674
Ecuador (2012)	585	26532
España (2012)	6835	6840
México (2009)	7289	15972
Panamá (2008)	61	58254
Perú (2011)	785	37726

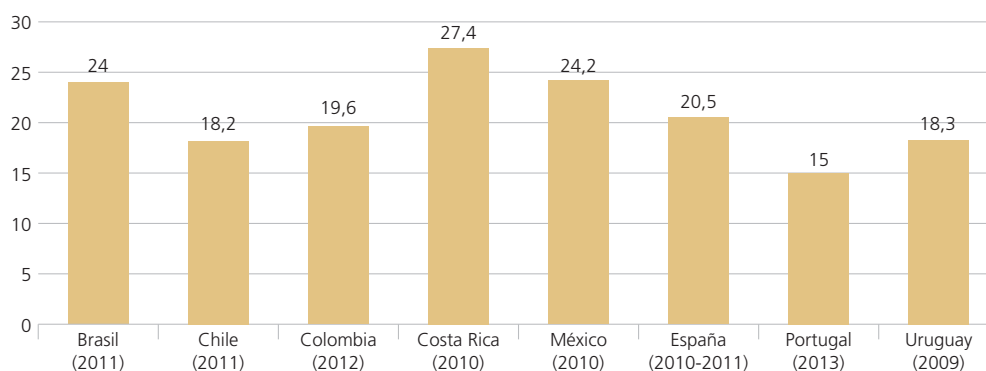
Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Argentina: *Atlas cultural de la Argentina*, 2014 (sobre el Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2013); Brasil: *Cultura em Números*, 2010 (elaborado con los datos de la Fundação Biblioteca Nacional, 2007. Elaboração MinC); Chile: *Cultura y tiempo libre*, 2012 (elaborado por la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM); Costa Rica: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Costa Rica*, 2011 (elaborado con los datos del Sistema de Información Cultural de las Américas); Cuba: Anuario Estadístico de Cuba, 2012; Ecuador: Sistema Nacional de Bibliotecas, SINAB, Ministerio de Educación del Ecuador, 2012; Censo de Población y Vivienda 2010, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, 2011; México: Sistema de Información Cultural, SIC, 2014; Panamá: Sistema de Información Cultural de las Américas-Panamá (elaborado sobre los datos de la Fundación Biblioteca Nacional de Panamá, Informe de Gestión, 2008); Perú: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Perú*, 2011 (elaborado sobre los datos de la Biblioteca Nacional del Perú, 2010 y el Registro Nacional de Municipalidades, INEI); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (elaborado sobre los datos del INE, Estadística de Bibliotecas). Para el número de habitantes: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

Notas: 1. Argentina: Suma de las bibliotecas populares y especializadas por región. 2. Brasil: Solo incluye bibliotecas públicas. 3. Chile: Incluye bibliotecas públicas de la DIBAM más bibliotecas móviles. 4. Ecuador: No incluye bibliotecas universitarias y escolares. 5. México: Solo incluye bibliotecas de parte de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas. 6. Perú: Solo incluye bibliotecas públicas municipales.

El Cuadro 8.4 da cuenta de la disponibilidad de bibliotecas en diez países de la región. El país donde existe mayor disponibilidad de bibliotecas por habitantes es España. En América Latina le siguen, a cierta distancia, Argentina, Costa Rica y México. Los países que tiene menor disponibilidad de bibliotecas por habitantes son Panamá, Brasil y Perú.

El Gráfico 8.11 muestra los niveles de asistencia a bibliotecas en ocho países de la región. Los países en que se usan más las bibliotecas son Costa Rica (27,1%), México (24,2%) y Brasil (24%). En sentido contrario, los porcentajes de asistencia más bajos se observan en Portugal (15%), Chile, (18,2%) y Uruguay (18,3%).

Gráfico 8.11.
Asistencia a bibliotecas en los últimos doce meses



Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Brasil: Retratos da Leitura no Brasil, 2011 (elaborado sobre los datos del Instituto Pró-Livro); Chile: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, 2012; Colombia: Encuesta de Consumo Cultural, 2012; Costa Rica: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de Costa Rica, 2010-2011; México: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales (documento comparativo por estados), 2010 (elaborado sobre datos de CONACULTA); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (elaborado sobre datos del MECD y de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, 2010-2011); Portugal: Special Eurobarometer 399: Cultural Access and Participation, 2013; Uruguay: Imaginarios y Consumo Cultural: Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, 2009.

Notas: 1. Brasil: Suma del porcentaje de la población mayor de cinco años que usa la biblioteca frecuentemente y de vez en cuando. 2. Chile: No considera actividades escolares. 3. Costa Rica: Suma de la población que ha asistido a una biblioteca en los últimos dos meses (23,7 %) y la que no ha asistido en los últimos dos meses, pero no hace más de un año de su última asistencia (28,7 %) más el porcentaje de la población que declara haber asistido alguna vez a una biblioteca (51,7 %). 4. Portugal: Solo incluye visitas a bibliotecas públicas.

Hasta aquí el análisis se ha referido exclusivamente al libro impreso. Para concluir, resulta interesante aproximarse a cómo la cultura digital ha impactado en la industria del libro y en la lectura. Si bien la masificación del libro electrónico no se ha producido con la rapidez que algunos actores esperaban –producto, entre otros factores, de las descargas ilegales y de la dificultad de cambiar hábitos de lectura muy arraigados–, es un hecho que el mundo de la producción,

circulación y distribución del libro en América Latina se está transformando aceleradamente como consecuencia de la incorporación de las tecnologías digitales.

De acuerdo con un documento del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC, 2013):

El impacto de la digitalización en la industria del libro comenzó del mismo modo que en otras industrias culturales, por la producción. En la medida en que se trataba de una transformación dentro de la cadena de valor, sin concernir a los usuarios, el dominio sobre la misma estuvo reservado a los actores sociales tradicionales. La próxima fase está determinada por dos novedades, y ambas conciernen a los usuarios del libro. Por una parte, la popularización de internet implica un acceso a todo tipo de contenidos desde cualquier lugar y en todo momento. Por otro, los consumos culturales cambian en la medida en que accesos y dispositivos se combinan para producir un salto de paradigma que consiste en acceder todo el tiempo, a todos los contenidos, desde cualquier lugar, independientemente del dispositivo mediante el que se accede. Los usuarios manejan tecnologías de internet para encontrar recomendaciones acerca de qué leer y ver y de lo que socialmente es o no relevante; para estar en comunicación lateral con otros usuarios, mientras leen y consumen contenidos; para decidir qué comprar o a qué suscribirse.

Tres elementos permiten dar cuenta del avance del libro electrónico en el mercado del libro en América Latina en los últimos años.

En primer lugar, el aumento del número de libros electrónicos registrados en el ISBN. En efecto, entre 2003 y 2011 los libros registrados en formato electrónico han pasado de representar el 7% al 15% (véase el Cuadro 8.5). Es decir, el libro electrónico duplica su presencia en el total de libros registrados. Por otro lado, destaca que, en el mismo periodo de tiempo, el libro impreso pasa de representar el 94% al 87%. «Del número total de títulos registrados en formato electrónico, en 2011, el 90,4% se concentra en Brasil, Colombia, Argentina y México» (CERLALC, 2012).

Cuadro 8.5.

Países miembros del CERLALC (América Latina): Número de títulos registrados según soporte, 2003-2011

Año	Número de títulos electrónicos	Número de títulos impresos
2003	2391	34 949
2004	2140	36 589
2005	3559	75 510
2006	3872	86 343
2007	4070	95 101
2008	6639	105 465
2009	7513	118 714
2010	11 965	128 848
2011	21 757	142 886

Fuente: *El libro electrónico: Tendencias y recomendaciones*, CERLALC, 2012.

En segundo lugar, la creciente importancia de la lectura digital. En el Latinobarómetro se incorpora la pregunta la siguiente pregunta: ¿Lee directamente de internet libros, prensa, revistas, blogs? Las respuestas sugieren que en algunos países de la región la lectura digital, efectivamente, ha adquirido creciente importancia. En Colombia y Uruguay un 19 % de los encuestados dice leer directamente de internet; en Argentina lo hace un 16 %, en Chile y México un 13 % y en Brasil y Perú un 11 %. En los restantes países de la región la proporción de personas que dice leer directamente en internet está por debajo del 10 %. En España la proporción de personas que leen libros en formato digital es del 6,5 %; el 4,1 % dice leer libros directamente de internet²¹.

La creciente importancia de la lectura digital está asociada a la mayor conectividad a internet y al acceso a dispositivos electrónicos de lectura en la región (como las tabletas, que se han convertido en el principal dispositivo de lectura). Algunos de los indicadores que dan cuenta del avance de la región en la incorporación a la sociedad del conocimiento son considerados en el acápite final de este capítulo.

Por último, la relevancia de internet como canal de distribución y comercialización del libro electrónico. Si bien los datos de compra o descarga de libros por internet del Latinobarómetro revelan una tendencia incipiente –en todos los países esta práctica está por debajo el 10%– se vislumbra aquí una potente área de desarrollo. Según el análisis de la CERLALC (2012):

La red de comercialización del libro sigue siendo muy deficiente en la región. El diagnóstico sobre las librerías arroja una muy baja cantidad de puntos de venta con

²¹ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011.

respecto al número de habitantes y una alta concentración en las grandes ciudades. [...] La aparición de potentes jugadores en el campo del comercio electrónico al por menor ya se hace palpable en la región. Amazon, Google y Apple, entre otros, ya han anunciado su presencia en el mercado regional.

Recuadro 8.2.

Nuevas formas de los derechos de autor en internet: *open access*, *copyleft*, *fair use* y Creative Commons

Existe una tendencia hacia el acceso libre y universal de la información por medio de internet; sin embargo, la inexistencia de una estructura firme y clara respecto a las normas de acceso a estos contenidos ha hecho que la gestión, la permanencia y el acceso a la información signifiquen un problema para los usuarios. Además, existe cierta incertidumbre respecto al futuro de los derechos de autor en internet.

Con el desarrollo e implementación de las tecnologías de la comunicación ha evolucionado la posibilidad de un acceso más amplio a la información, lo que genera un conflicto para todo tipo de obras creativas, una vez que se pierde el control de su distribución y reproducción en la red. Esto ha catalizado la evolución de las licencias bajo las cuales las obras se ponen a disposición en el entorno digital hacia un concepto de acceso libre a la información. A continuación se detallan algunos modelos de derechos de propiedad intelectual alternativos al modelo más utilizado, el del *copyright*. Estos nuevos modelos permiten avanzar hacia un concepto de red libre, en el que la información y los contenidos fluyen de forma fácil, rápida y estructurada.

El modelo *copyright* –que significa que todos los derechos quedan reservados– genera ciertos conflictos que entorpecen la distribución de contenidos en el internet y dificulta la democratización del conocimiento que las nuevas tecnologías de la información ayudan a crear. Así las cosas, se han desarrollado cuatro modelos que tienen como objetivo levantar algunas de las restricciones que generan conflicto.

Open access. Acceso abierto significa que cualquier usuario puede leer, descargar, distribuir y hacer uso de los artículos o contenidos, artísticos, científicos o educativos, para cualquier otro propósito legítimo. Ello promueve que se eliminen las barreras legales y tecnológicas del conocimiento para así permitir mayor accesibilidad a la información que circula por internet. Este *software* libre se define sobre ciertos criterios o libertades: libertad para poder usar el contenido sin restricciones; libertad para poder estudiarlo y adaptarlo a necesidades particulares; libertad para poder redistribuirlo; libertad para poder mejorarlo y publicar las mejoras.

Copyleft. El *copyleft* se origina en el ámbito informático y permite la redistribución del contenido científico, educativo, literario o artístico solo si, explícitamente, este se pone a disposición de otros con las mismas libertades que otorga el productor o el autor. Esta iniciativa tiene como intención mantener libres los contenidos para evitar su privatización. El usuario no adquiere la propiedad

del contenido, solo el derecho a usarlo sin ser modificado. El propósito del *copyleft* es permitir que esta práctica se adapte a la legislación de derechos de autor vigente, minimizando los problemas con los que los autores pueden encontrarse al distribuir y publicar sus creaciones.

Fair use. El *fair use*, o uso justo de contenidos, es una licencia que permite el uso limitado del contenido científico, artístico o literario protegido por derecho de autor, siempre que vaya destinado a la crítica, los comentarios, las noticias, la información, la enseñanza y la investigación. Constituye una licencia de uso restringido con fines didácticos.

Creative Commons. El Creative Commons es un sistema de licencias de protección de propiedad intelectual que posibilita que el autor de la obra elija las condiciones según las cuales permite el acceso y uso de su obra creativa. El creador puede elegir, asimismo, la atribución de la obra, el permiso de crear derivados, su uso o no uso comercial y la forma en que esta debe ser licenciada a otros por los usuarios. No reemplaza a los derechos de autor, sino que los complementa, permitiendo al autor modificar los términos y condiciones de licencia de su propia obra según la forma que más le convenga. Este tipo de licencia pretende reemplazar el «todos los derechos reservados» del *copyright* por «algunos derechos reservados», con el objetivo de facilitar el acceso y distribución de contenidos en internet.

Fuentes: Jesús Francisco García Pérez, *Derechos de autor en internet*, 2013.

http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Derechos_de_autor.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Copyleft>.

http://en.wikipedia.org/wiki/Open_access.

http://es.wikipedia.org/wiki/Creative_commons.

8.4. El cine

Al igual que en el ámbito de la edición de libros, el sector del cine se ha desarrollado de manera heterogénea en la región. Mientras en algunos países hay una industria cinematográfica consolidada desde hace varias décadas, en otros la producción cinematográfica sigue siendo incipiente. El Cuadro 8.6 da cuenta del número de largometrajes nacionales producidos anualmente en Iberoamérica.

Cuadro 8.6.

Producción de largometrajes nacionales en Iberoamérica

	Total de largometrajes nacionales producidos	Participación sobre el total de largometrajes producidos
Argentina (2011)	100	25,1 %
Bolivia, Est. Plur. de (2009)	25	6,3 %
Brasil (2011)	99	24,8 %
Chile (2011)	23	5,8 %
Colombia (2011)	18	4,5 %
Costa Rica (2011)	3	0,8 %
Cuba (2011)	10	2,5 %
El Salvador (2008)	1	0,3 %
Guatemala (2010)	10	2,5 %
Honduras (2009)	1	0,3 %
México (2011)	73	18,3 %
Panamá (2010)	1	0,3 %
Paraguay (2009)	5	1,3 %
República Dominicana (2009)	6	1,5 %
Uruguay (2011)	8	2,0 %
Venezuela, Rep. Bol. de (2011)	16	4,0 %
Total América Latina	399	100,0 %
España (2011)	199	-
Portugal (2011)	30	-

Fuente: Unesco-UIS (2014). Disponible en http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CUL_DS&popup_customize=true&lang=en#.

De acuerdo con los datos de Unesco-UIS en América Latina se producen anualmente –considerando cifras recientes, pero que varían según los países– un total de 399 largometrajes. Argentina (25,1%), Brasil (24,8 %) y México (18,3 %) representan el 68,2 % de la producción anual en Latinoamérica, es decir, más de dos tercios. Son países con una larga tradición nacional en el campo cinematográfico, que se fue consolidando durante gran parte del siglo xx hasta llegar a ser ampliamente reconocidos en la región como expresiones de una identidad nacional. En

Bolivia (6,3%), Chile (5,8%), Colombia (4,5%) y Venezuela (4%) existe cierto grado de desarrollo de la industria cinematográfica, mientras que en los restantes países esta es todavía muy incipiente.

La producción anual en España representa la mitad de lo que se produce en el conjunto de Latinoamérica. Es decir, la industria cinematográfica española tiene un nivel de desarrollo muy superior al de cualquier país latinoamericano.

Cuadro 8.7.

Número de salas de cine

	Número de salas de cine	Número de habitantes por sala de cine
Argentina (2013)	371	111 715
Brasil (2007)	2098	90 561
Chile (2012)	306	135 445
Costa Rica (2011)	22	793 855
Cuba (2010)	283	16 741
Ecuador (2012)	247	467 209
España (2013)	4003	11 723
México (2010)	4000	29 472
Panamá (2012)	12	316 857
Perú (2011)	56	528 837
Portugal (2012)	160	66 274

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de las encuestas de consumo cultural y estadísticas oficiales de los respectivos países. Argentina: *Atlas cultural de la Argentina*, 2014 (sobre los datos del Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2013); Brasil: *Cultura em Números*, 2010 (elaborado con los datos de Ancine, 2007. Elaboração MinCA); Chile: *Cultura y tiempo libre*, 2012 (elaborado con los datos de la Cámara de Distribuidores Cinematográficos, CADIC); Costa Rica: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Costa Rica*, 2011 (elaborado sobre la base del Sistema de Información Cultural de las Américas); Cuba: Anuario Estadístico de Cuba, 2012; Ecuador: Dirección de Planificación, Consejo Nacional de Cinematografía CNCine, 2012, y Consejo Nacional de Cine CNCine, Memoria Institucional 2009-2010, Quito, 2010; AIPCE, Trabajo de Campo, Quito, 2011; Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda, Quito, 2011; México: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México*, 2010 (elaborado con datos del Instituto Mexicano de Cinematografía, Sistema de Información Cultural, CONACULTA, 2010); Panamá: Sistema de Información Cultural de las Américas-Panamá (elaborado sobre los datos de la Asociación de Distribuidores de Películas de Panamá, 2012); Perú: *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas-Perú*, 2011 (elaborado con datos de la Dirección de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura, Dirección Regional de Cultura); España: Anuario de Estadísticas Culturales, 2013 (Elaborado sobre los datos del MECD, el ICAA y la Estadística de Cinematografía: Producción, exhibición, distribución y fomento); Portugal: Estatísticas da Cultura, 2012 (elaboradas con los datos del Instituto do Cinema e Audiovisual). Para el número de habitantes: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

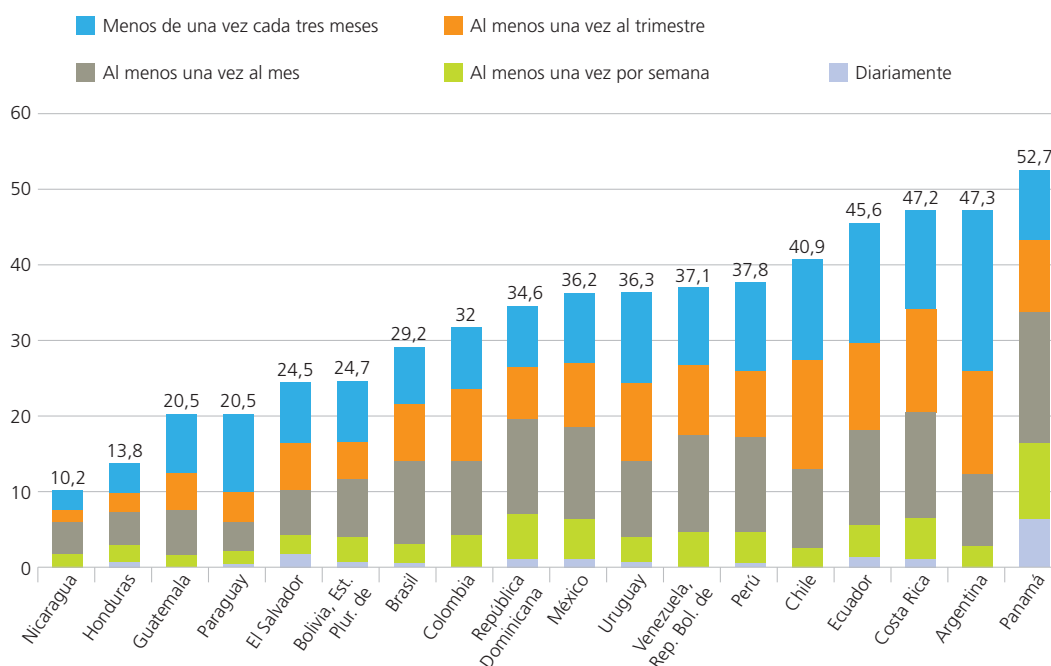
Hasta hace unos treinta años, las películas lograban recuperar su inversión a través de los circuitos nacionales (e internacionales) de las salas de cine. Pero desde hace un par de décadas,

el cine debe ingresar por otros canales para no sufrir pérdidas económicas. Así, en primer término, las películas comenzaron a recibir ingresos de la televisión (abierta y por cable), que paga derechos de exhibición. Después, el cine se difundió a través de videos –y más tarde, a través de formatos DVD y *Blu-ray*– que eran alquilados o comprados. Más recientemente, las películas pueden ser vistas directamente en internet. Todas estas transformaciones tecnológicas, que posibilitaron modos alternativos de circulación de las películas, también han supuesto cambios profundos en los modos de ver cine y en la significación de la sala de cine como espacio exclusivo para esta práctica²².

El Cuadro 8.7 desvela que la sala de cine mantiene importancia como lugar para ver cine, a pesar de la diversificación de espacios y de las nuevas formas de ver cine que hacen posibles las nuevas tecnologías. En términos absolutos, España, México y Brasil destacan por el gran número de salas de cine. Dado el desarrollo de esa infraestructura, no sorprende que España tenga el menor número de habitantes por sala de cine, seguido por México. En sentido contrario, Costa Rica y Perú son los países que tienen menor número de salas de cine y también, junto con Ecuador, las mayores tasas de habitantes por sala de cine.

Gráfico 8.12.

Asistencia al cine en los últimos doce meses (por país), año 2013



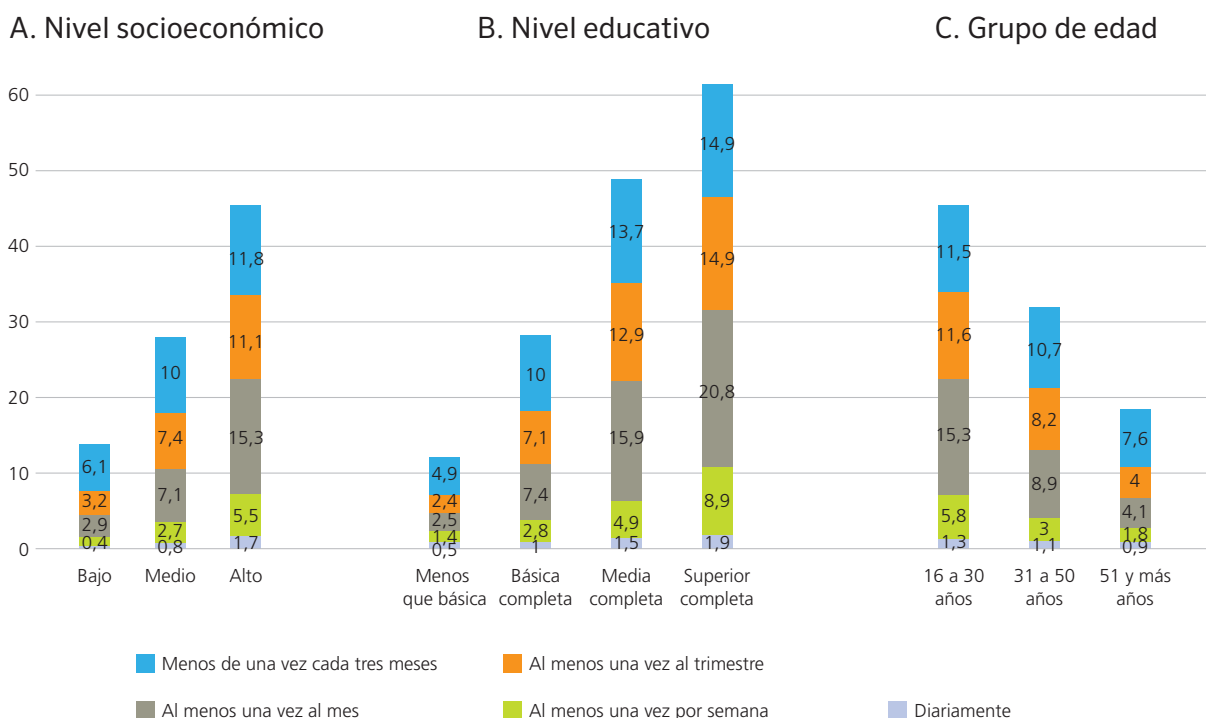
Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

²² Las salas de cine sufrieron una fuerte disminución en varios países de la región en los años setenta y ochenta, producto de la masificación de la televisión y, más tarde, del video. En los noventa las salas de cine resurgieron en forma de multicines.

La importancia que mantiene la sala de cine como espacio para ver cine se deriva de los niveles de asistencia que se registran en varios países de la región. Argentina, Costa Rica, Ecuador y Chile son los países con mayores niveles de asistencia, por encima del 40 % en el último año²³. México, Perú, Paraguay, Venezuela, la República Dominicana y Colombia también registran importantes niveles de asistencia al cine, sobre el 30 % en el último año (véase el Gráfico 8.12). Por otro lado, España y Portugal registran niveles de asistencia al cine en el último año del 49,1% y el 41,6%, respectivamente²⁴.

Gráfico 8.13.

Porcentaje de personas que asisten al cine, según niveles socioeconómico y educativo y tramos etarios, año 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

El mismo gráfico muestra que si bien la asistencia al cine es un fenómeno masivo en varios países de la región, sin embargo, amplios sectores de la población no acceden a las salas de cine.

²³ Las cifras para Ecuador y Costa Rica son paradójicas, puesto que estos mismos países son los que tienen el menor número de salas de cine.

²⁴ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011 e Instituto do Cinema e Audiovisual de Portugal, 2011.

El Gráfico 8.13 muestra las diferencias de acceso según el nivel socioeconómico. El 80,3% de la población con bajos ingresos no ha asistido al cine en los últimos doce meses frente a un 68,6% de las personas de estrato medio y el 52% de quienes pertenecen al estrato de altos ingresos. Congruentemente, a mayor nivel socioeconómico mayor será la asistencia y mayor será también la frecuencia de asistencia. Por ejemplo, el 22,5% de las personas de estrato alto ha asistido al cine «una vez al mes» (lo que incluye «una vez a la semana» y «diariamente»), comparado con un 4,5% en el caso de las personas de estrato bajo. Las personas de bajos ingresos asisten al cine con menor frecuencia, «menos de una vez cada tres meses» y «al menos una vez al trimestre». Todo ello indica que existe una barrera económica que limita la asistencia al cine en los sectores de bajos ingresos.

El nivel educativo también incide en la asistencia al cine. La relación es que, a mayor nivel de estudios, mayor y más frecuente será la asistencia al cine. Un 37,1% de las personas con estudios superiores dice no haber asistido al cine en el último año comparado con el 68,3% de quienes tienen educación básica completa y un 82,7% de quienes tienen educación básica incompleta. El nivel de asistencia al cine en el último año de las personas con estudios superiores es del 61%, mientras que este solo alcanza el 12% de quienes tienen estudios básicos incompletos. De lo cual se extrae que la participación en esta expresión cultural de las personas con menor nivel educativo se encuentra severamente restringida.

La edad también está relacionada con la asistencia al cine. Así, los jóvenes de entre 15 y 30 años son quienes más asisten: un 45%, que va disminuyendo en función de la edad: 32% para el grupo de entre 31 y 50 años y 18% para los mayores de 51 años. Además, los jóvenes acuden al cine más frecuentemente –marcaron en mayor proporción la opción de asistencia mensual (15%)–, mientras que el grupo de mediana edad y los mayores de 51 años concentraron sus respuestas en la opción «menos de una vez cada tres meses».

La sala de cine mantiene importancia en varios países de la región debido a que, a partir de los años ochenta y noventa, se desarrollaron estrategias comerciales para hacer frente al video y posteriormente al DVD. Al tiempo que las películas que salían en cartelera eran convertidas al formato VHS y que una creciente proporción de los hogares contaba con aparatos reproductores de video, la industria de las salas de cine se veía seriamente afectada por la disminución de espectadores. En estos años muchas salas se vieron obligadas a cerrar. Sin embargo, con la construcción de los grandes centros comerciales en muchas ciudades de la región, las salas de cine fueron acoplándose a una nueva modalidad conocida como multicine, que se ha desarrollado a partir de empresas comercializadoras. Este modelo está conformado por varias salas de cine donde se reproducen diferentes películas simultáneamente.

Para hacer frente a la competencia que plantea el «cine en casa», las empresas propietarias de las multisalas se apoyaron en un grupo de compañías distribuidoras que dependen de las ven-

tajas preferenciales que ofrecen los principales mercados del cine y que apuestan por un puñado de películas que creen que funcionarán a máxima capacidad. Estas distribuidoras presentan múltiples limitaciones en la medida en que ofrecen una cartelera reducida que deja fuera un gran número de películas de calidad. Entre otros aspectos, estas empresas dejan fuera de la oferta cinematográfica –con escasas excepciones– gran parte de los largometrajes producidos en los países de la región.

En este contexto llega la cultura digital a modificar aún más la relación de los individuos con el cine. Ya lejos de la noción de que ver una película es algo semejante a un ritual, algo que se comparte, que hay que ver desde el principio y que se comenta sin falta a la salida de la sala de cine, la región se encuentra en tiempos postcinematográficos; la relación con las imágenes está cambiando a pasos acelerados y las películas ya no son ni significan lo mismo que para las generaciones anteriores. El rápido crecimiento y expansión de servicios que permiten ver películas a través de internet está generando nuevas formas en las que el cine llega al espectador.

Tres elementos dan cuenta del modo en que la cultura digital ha ido modificando la relación de las personas con el cine.

En primer lugar, la creciente importancia de internet como un «espacio» de exhibición y consumo de cine. El Latinobarómetro incorporaba la pregunta: *¿Ve películas directamente en internet?* Los datos sugieren que en algunos países de la región esta práctica adquiere creciente importancia. Tanto es así que en Uruguay un 14 % de las personas dice ver películas directamente en internet; en Colombia el porcentaje es del 13 %; en Chile es del 12 %; en Brasil y México del 10 %. En los restantes países del área, la proporción de personas que dice ver películas directamente en internet está por debajo del 10 %.

Ver películas directamente en internet es una práctica que la tecnología hace posible por medio del *streaming*, que Wikipedia define de la siguiente manera (<http://es.wikipedia.org/wiki/Streaming>):

El *streaming* (también denominado lectura en continuo, difusión en flujo, lectura en tránsito, difusión en continuo, descarga continua o mediaflujo) es la distribución de multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto, generalmente archivo de video o audio, en paralelo mientras se descarga. La palabra *streaming* se refiere a una corriente continua (que fluye sin interrupción). Esto se contrapone al mecanismo de descarga de archivos, que requiere que el usuario descargue por completo los archivos para poder acceder a su contenido. El término se aplica habitualmente a la difusión de audio o video.

En segundo lugar, el desarrollo de servicios de suscripción que proporcionan, mediante tarifa plana mensual, *streaming* (flujo) multimedia (principalmente, películas y series) a demanda

por internet. Uno de estos servicios es Netflix, que le proporciona al suscriptor una cantidad ilimitada de películas y series de su catálogo. Netflix se encuentra disponible en Latinoamérica desde el año 2011; posteriormente ha ido ampliando el servicio de suscripción en el Reino Unido, Irlanda y los países nórdicos. Las películas y series pueden ser vistas en distintos dispositivos tales como el ordenador, las tabletas o el televisor (que requiere conexión a internet).

Cabe destacar que el modelo de suscripción está consiguiendo que cada vez más consumidores paguen por las películas y series que ven. Esto ha tenido como resultado que muchas personas comiencen a abandonar los servicios piratas para pasar a formar parte de un entorno legal.

Por último, internet es usado por una proporción de la audiencia potencial para buscar información sobre cine, lo que incluye recomendaciones de películas y crítica cinematográfica, entre otros. Los datos del Latinobarómetro señalan que el 17% de los argentinos, el 16% de los colombianos, el 15% de los uruguayos y el 12% de los chilenos utilizan las nuevas tecnologías para buscar información sobre cine. Esto indica una significativa tendencia hacia el uso de las tecnologías para explorar la oferta cinematográfica.

Recuadro 8.3. El fansubbing

El *fansubbing* es una práctica ilegal pero muy difundida entre los aficionados al cine y a las series, estas últimas principalmente estadounidenses. Esta práctica nació en la década de los ochenta con el surgimiento y la popularización del *animé* en Japón. Los aficionados del *animé* subtitulaban los episodios de sus series favoritas y los mandaban a otros aficionados de países adonde las series aún no habían llegado. De esta forma comenzaron a darse a conocer por todo el mundo productos culturales audiovisuales creados originalmente para el público japonés.

Con el tiempo, estos grupos de fanes o aficionados se han ido organizando en plataformas webs y cada día con mayor rapidez proveen acceso a series y películas subtituladas en decenas de idiomas, desde el momento en que estas son estrenadas en su país de origen, sin tener que esperar los largos meses que muchas veces las compañías distribuidoras demoran en estrenar las versiones subtituladas oficiales.

Estas plataformas de *fansubbers* trabajan en equipo: cada aficionado puede subtitular una parte de los filmes o series de su interés; el trabajo será completado por otro aficionado. Además, se reparten entre sí las diferentes tareas para poder lograr el fin específico. Existen responsables de conseguir las series o películas en internet: otros se ocupan de la traducción, otros de la sincronización de los subtítulos con el diálogo original; se forma así una cadena de colaboración entre los fanes.

Internet y las nuevas plataformas webs permiten que este trabajo sea realizado a través del aporte de miles de usuarios alrededor del mundo, que ni siquiera se conocen. Muchas están organi-

zada como un *wiki*, lo que permite que cualquier persona pueda entrar y colaborar, aunque con la intermediación de moderadores y ciertas normas de funcionamiento.

El *fansubbing* es una práctica de *crowdsourcing*: un grupo de internautas realiza una tarea, que podría ser realizada por una sola persona, a través del trabajo colaborativo en pro de un fin que traerá beneficios a toda la comunidad de aficionados en tiempos muy reducidos.

La ilegalidad de esta práctica radica en que la traducción, edición y distribución de videos se realiza sin el consentimiento del autor de la obra, ya que no se respeta el Convenio de Berna –que ampara las obras artísticas y literarias– ni las respectivas leyes de propiedad intelectual de cada país. Sin embargo, la globalización y el acceso a internet ha generado que los fans y los aficionados al cine y a las series extranjeras puedan acceder a este medio de consumo cultural de forma fácil y rápida, lo cual ha enviado una señal a las compañías televisivas y de distribución cinematográfica, a la que algunas han contestado acelerando la puesta a disposición del público de las versiones originales subtituladas legalmente.

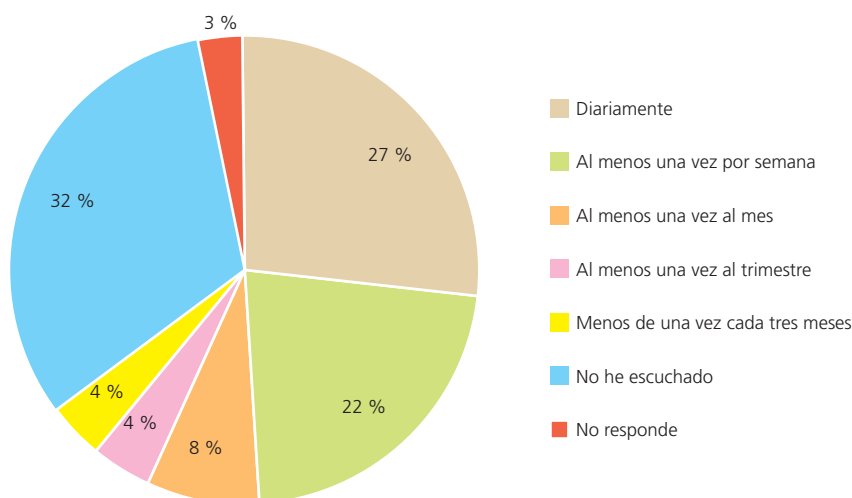
Fuentes: http://fansubbing.blogspot.com/2007/03/what-goes-into-fansub-aka-idiots-guide_05.html, <http://www.inaglobal.fr/en/digital-tech/article/fansubbing-cultural-mediation-practice>, <http://es.wikipedia.org/wiki/Fansub>.

8.5. La música

Una de las principales actividades culturales que realizan los latinoamericanos es escuchar música. Casi la mitad de la población (49 %) dice escuchar música de manera frecuente (el 27 %, «diariamente» y el 22 %, «al menos una vez a la semana») y un 16 % afirma hacerlo de manera menos frecuente («al menos una vez al mes», «al menos una vez al trimestre», «menos de una vez cada tres meses»), como se aprecia en el Gráfico 8.14. Por su lado, en España se observan niveles de consumo de música muy altos. Un 79,8 % de la población que declara consumir música lo hace «al menos una vez a la semana» y un 82,7 %, «al menos una vez al mes»²⁵. Estos niveles de consumo cultural son muy superiores a los registrados en los sectores culturales examinados en los acápites anteriores: patrimonio cultural, presentaciones artísticas, lectura de libros y consumo de cine. Cabe destacar que en este epígrafe la actividad se refiere específicamente al consumo de música grabada, lo que excluye la asistencia a presentaciones en vivo (examinadas en el Apartado 8.2) y, por tanto, no se refiere a la totalidad del consumo de música.

²⁵ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011.

Gráfico 8.14.
Frecuencia de escucha de música grabada, año 2013



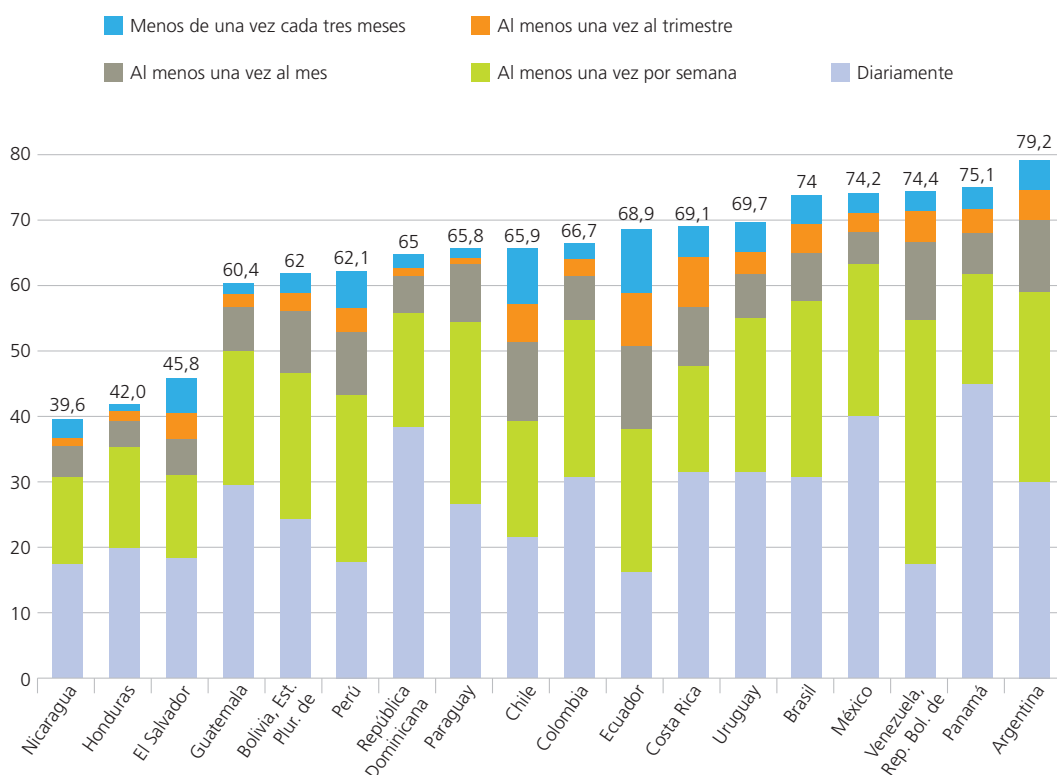
Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

Los mayores porcentajes de población que escucha música grabada –independientemente de la frecuencia con que lo hacen– se encuentran en Argentina (79 %), Panamá (75 %), Venezuela (74 %), Brasil (74 %) y México (74 %). En sentido contrario, en tres países centroamericanos se registran los niveles más bajos de consumo de música grabada: Nicaragua (40 %), Honduras (42 %) y El Salvador (46 %) (véase el Gráfico 8.15).

Escuchar música grabada es una actividad que realiza una alta proporción de la población comparada con otros consumos culturales. Pero, además, es una actividad que se realiza con mucha intensidad. En todos los países de la región, las personas que escuchan música «diariamente» y «al menos una vez por semana» superan ampliamente a las que lo hacen con menor frecuencia («una vez al mes» o «una vez al trimestre»). En consecuencia, se puede aseverar que se trata de una práctica que las personas realizan de forma cotidiana, posiblemente acompañando otras actividades. Esto diferencia la escucha de música de otros consumos culturales – como leer un libro o ver una película– que requieren de mayor dedicación y no permiten realizar otras actividades simultáneamente.

Gráfico 8.15.

Frecuencia de escucha de música grabada (por país)



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

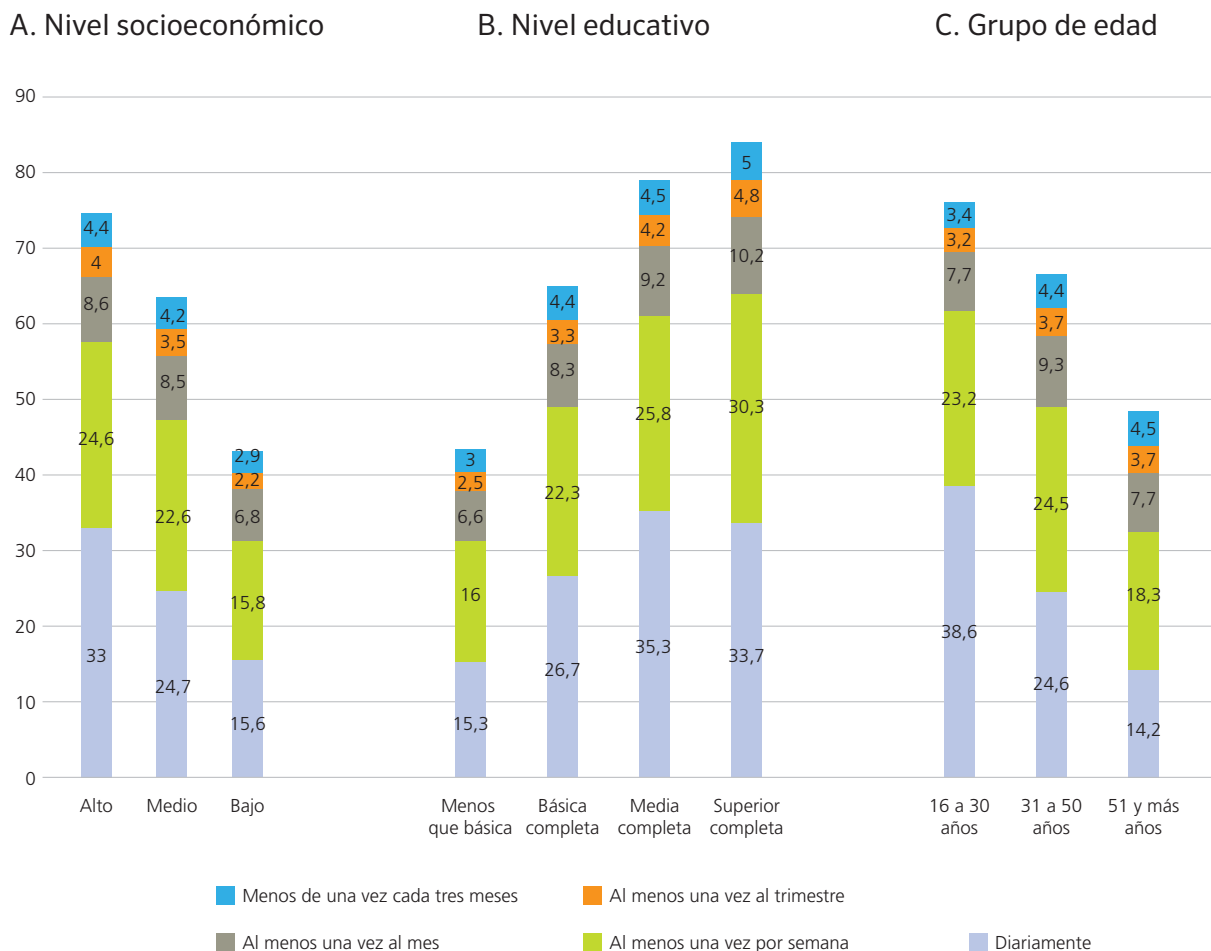
En el consumo de música grabada incide el nivel socioeconómico, el nivel educativo y la edad. En primer lugar, el consumo de música disminuye a medida que aumenta la edad. Así, el 76,1% de los jóvenes (de 15 a 30 años) escucha música, comparado con el 66,5% de los adultos (de 31 a 50 años) y el 48,5% de las personas mayores de 51 años. Los jóvenes son también el grupo que lo hace de manera más frecuente: la gran mayoría respondió que escuchaba música a diario (39%), frente al 25% del grupo de entre de 31 y 50 años que escucha música con esta frecuencia, y el 14% de los mayores de 51 años. En el otro extremo, las personas de esta última franja son las que escuchan música en menor proporción y de manera menos frecuente. Casi la mitad (47%) de este grupo señala no haber escuchado música grabada (véase el Gráfico 8.16).

El consumo de música grabada también se encuentra asociado al nivel socioeconómico. La relación es que, a mayor nivel de ingresos, mayor y más frecuente será el consumo de música grabada. Así, 74,6% de las personas de estrato alto escuchan música grabada, comparado con un 63,5% de las personas de nivel medio y un 43,3% de las de bajos ingresos. Los sectores de nivel socioeconómico alto son también el grupo que lo hace de manera más frecuente: el 33%

señaló que lo hacía diariamente, frente a un 24,7% de las de estrato medio y el 15,6% de las de estrato bajo. En el otro extremo, las personas de bajos ingresos son quienes escuchan música grabada en menor proporción y de manera menos frecuente. De hecho, más de la mitad de las personas de bajos ingresos (51,9%) señala no haber escuchado música grabada.

Gráfico 8.16.

Frecuencia y porcentajes de personas que escuchan música grabada, según nivel socioeconómico, educativo y tramos etarios



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

Por último, el nivel educativo también es un factor determinante en el consumo de música grabada. La relación es que, a mayor nivel educativo, mayor y más frecuente será el consumo de música grabada. Así, el 84% de quienes tienen educación superior completa son consumidores de música grabada, comparado con el 65% de quienes solo tienen educación básica completa y el 40,4% de quienes tienen educación básica incompleta. Las personas con educación superior

son también quienes escuchan música de manera más frecuente: el 33,7% lo hacen diariamente, frente al 26,7% de quienes tienen educación básica completa y el 15,3% de quienes tienen educación básica incompleta. Las personas con educación básica incompleta son quienes escuchan música grabada en menor proporción y de manera menos frecuente. Un 52,1% de las personas con bajo nivel de estudios señala no haber escuchado música grabada.

Hasta aquí el análisis se ha referido al consumo de música grabada, principalmente a través de la reproducción de un soporte físico (por ejemplo, un CD). Es interesante también considerar el impacto de la cultura digital en los modos de distribución, comercialización y consumo de música. Se ha planteado que, en lo que concierne a los efectos de internet sobre la industria musical, es posible distinguir dos etapas: la primera está relacionada principalmente con el surgimiento de comercios minoristas virtuales (*e-retailers*); la segunda está vinculada con el incremento en el número de usuarios con conexiones de banda ancha, la popularización de tecnologías de compresión de audio –específicamente el MP3– y la posibilidad de descargar canciones y álbumes completos desde la red (Palmeiro, 2004).

De acuerdo con el estudio de Palmeiro (2004) muchos *e-retailers*, como CDNow, BuyMusic.com y Amazon.com surgieron para vender CD y casetes a través de internet. Su éxito impulsó a varios comerciantes minoristas físicos a seguirlos y expandir sus operaciones al mercado *online*. La incorporación de internet reduce los costos de transacción asociados al comercio minorista al incrementar la eficiencia en varios de sus procesos. Algunas de sus ventajas son las siguientes: los *e-retailers* no se manejan con *stocks*, simplemente cumplen la función de intermediarios de la información; además, no tienen que mantener un local físico; el uso de internet reduce los costos de búsqueda tanto para compradores como para vendedores; todo esto puede hacerse desde la comodidad del hogar o la oficina; y la presencia mundial de internet ofrece acceso inmediato al mercado global.

Pero la verdadera revolución que han traído los desarrollos tecnológicos de fines de la década de los noventa a la industria musical tiene que ver en con el enorme potencial que desató el ascenso y divulgación del soporte digital alrededor del mundo, y principalmente con las posibilidades que proporciona la distribución digital de contenidos a través de la red (Palmeiro, 2004). Entre los factores que han hecho posible esta revolución destacan los siguientes: por una parte, los computadores personales adquirieron la capacidad de almacenar en sus discos duros miles de canciones mediante la utilización de sofisticadas técnicas de compresión de archivos de audio (como el MP3) y de reproducirlas sonoramente con excelente calidad; y, por otra, la popularización de conexiones a internet de alta velocidad proveyó del ancho de banda necesario para distribuir música rápida y eficazmente al usuario doméstico.

El paradigma digital altera radicalmente la esencia de las grabaciones musicales. El proceso de digitalización las transforma de bienes tangibles (como CD, cintas o discos de vinilo) a me-

ras secuencias de ceros y unos comprendidas en un archivo digital. La distribución digital de música rompe con las estructuras establecidas al permitir que los usuarios elijan, almacenen y consuman su música preferida de manera inmediata y sin moverse de su casa. Asimismo, la digitalización permite que realicen copias perfectas de los temas a costo cero (Palmeiro, 2004).

Para concluir, interesa resaltar tres aspectos que dan cuenta del modo en que la cultura digital ha ido modificando la relación de las personas con la música.

Primero, la importancia que ha adquirido la práctica de escuchar música a través de internet. En el Latinobarómetro se incluía la pregunta: *¿Escucha música directamente de internet?* Los datos sugieren que en algunos países de la región esta práctica ha adquirido creciente importancia. Tanto es así que en Colombia el 23% de las personas dice escuchar música en internet; en Argentina, un 22%; en México, un 17%; en el caso de Uruguay, un 16%; en Brasil, un 13%; en Perú un 12%; y en Chile, un 11%. Al igual que en el caso del cine, esta es una práctica que la tecnología hace posible vía *streaming*.

En segundo lugar, el desarrollo de servicios de suscripción que proporcionan *streaming* (flujo) de música mediante tarifa plana mensual. Uno de estos servicios es Spotify (<http://es.wikipedia.org/wiki/Spotify>):

Spotify es una aplicación empleada para la reproducción de música vía *streaming*. El programa fue lanzado el 7 de octubre de 2008 al mercado europeo, mientras que su implantación en otros países se realizó a lo largo de 2009. La empresa, que tiene su sede en Estocolmo, Suecia, ha firmado acuerdos con las discográficas Universal Music, Sony BMG, EMI Music, Hollywood Records y Warner Music, entre otras. En marzo de 2013 contaba con más de 24 millones de usuarios registrados en aquellos países en los que está disponible; más de 6 millones de esos usuarios pagan por el servicio.

Además de Spotify, se han desarrollado otros servicios por suscripción como Grooveshark y Deezer. Todos estos servicios están cosechando los beneficios de su expansión geográfica y están consiguiendo que cada vez más consumidores paguen por la música que escuchan. «De hecho, muchos están abandonando los servicios piratas para pasar a formar parte de un entorno legal de la música que compensa a los artistas y a los titulares de derechos» (IFPI, 2014).

Por último, la importancia del modelo de descargas digitales. En el Latinobarómetro se incluía la pregunta: *¿Compra o descarga música en internet?* Esta es una práctica que tiene importancia en algunos países de la región. Por ejemplo, el 14% de los encuestados en Colombia, el 13% en Uruguay y el 10% en Argentina, Chile y México dicen descargar música en internet.

En definitiva, si bien «las ventas de música en soportes físicos siguen representando una importante proporción de los ingresos de la industria en muchos de los principales mercados» (IFPI, 2014), la industria de la música se encuentra en un proceso de transición generalizada hacia el entorno digital. Comparada con las industrias del libro y del cine, la industria de la música es la que mejor se ha ido adaptando al entorno digital.

Recuadro 8.4. El *crowdfunding*

La idea del *crowdfunding* es la de una red de cooperación colectiva que busca a personas o instituciones dispuestas a financiar un proyecto o idea que tenga potencial de crecimiento; suele consistir en la financiación de pequeñas empresas o negocios, campañas políticas y, principalmente, proyectos artísticos o sociales. Hoy en día son miles los proyectos culturales que han sido exitosamente financiados de esta forma, desde giras musicales y largometrajes, hasta proyectos de arte y fotografía. Sus mayores mercados son Estados Unidos y Europa, con más de un millón de proyectos financiados y llevados a cabo con éxito. Según el sitio crowdfunding.org, en 2011 existían 450 plataformas de *crowdfunding*, que durante el mismo año recaudaron 1500 millones de dólares.

El concepto deriva del *crowdsourcing* (véase el Recuadro 8.5), que hace referencia a la externalización de tareas y que generalmente involucra la «donación» de tiempo a una causa común en una comunidad *online*. El hecho de que el *crowdfunding* –practicado hace siglos en forma de donaciones y recaudaciones de fondos– sea un concepto nuevo solo puede entenderse en función de las nuevas tecnologías de la información y de internet.

Para esta práctica se usan plataformas webs que permiten que, a través de las comunidades *online*, redes sociales, tecnologías de micropago *online*, sin la existencia de más intermediarios, se haga más seguro, sencillo y menos costoso la financiación de proyectos nacientes. El *crowdfunding* permite dispensar de la necesidad de formas de financiación o captación de fondos más formales y especializados a través de técnicas sencillas pero poderosas, basadas en la participación colectiva.

En España, dada su alta penetración, se ha planteado que el *crowdfunding* podría llegar a sustituir formas tradicionales de producción de bienes culturales, como la inversión por parte de productoras, editoras, fondos públicos, etc. Se presenta como una forma más democrática de producir bienes culturales.

Se ven beneficiados por este tipo de apoyo aquellos proyectos que por su tipología no encajan en los requisitos y exigencias de apoyo de entidades públicas, y aquellos otros que no llaman la atención para la inversión por parte de entidades privadas, por lo que encuentran en las plataformas de *crowdfunding* una opción fácil y rápida de acceso a financiamiento.

Según *The Crowdfunding Industry Report* (2014) existen cuatro tipos de *crowdfunding*:

1. Aportaciones basadas en la participación en el capital, que pretende el retorno mediante acciones o participaciones. El inversionista aporta un monto de dinero a cambio de acciones de una compañía. Si esta tiene un buen rendimiento, el inversionista obtiene una parte de sus ganancias.
2. Aportaciones basadas en préstamos. A cada inversionista le es devuelta su aportación monetaria más una tasa de interés sobre el monto de su préstamo.
3. Aportaciones basadas en recompensas. En este tipo de *crowdfunding*, el inversionista recibe a cambio de su aportación algún tipo de recompensa no monetaria, por ejemplo, el reconocimiento público de su ayuda, recompensas en productos, etc.
4. Donaciones. Existe un tipo de *crowdfunding* en el que los donantes no obtienen nada a cambio de su aportación.

El *crowdfunding* ha sido una herramienta muy importante de financiamiento en la industria musical, por ejemplo, para pagar la grabación de álbumes, conciertos y giras. El primer proyecto musical financiado a través de este tipo de plataformas fue el *tour* realizado por el grupo británico Marillion en 1997, que logró recaudar 60 000 USD en donaciones de sus fanes a través de internet. Desde entonces, no solo el grupo británico, sino muchos otros artistas y grupos han utilizado estas plataformas como forma de financiar sus álbumes y giras alrededor de todo el mundo. Uno de los proyectos más destacados de los últimos años es el de la artista Amanda Palmer, que en 2012 recaudó cerca de 1 200 000 USD, de más de 24 000 personas que la ayudaron a financiar su nuevo álbum musical y proyecto artístico.

El sitio web infocrowdfunding.com publicó el listado de los veinte proyectos o campañas de mayor éxito en América Latina y España en 2013. La campaña de menor éxito dentro de los veinte mejores es un proyecto cinematográfico que consiguió recaudar más de 27 000 euros. De la lista solo dos campañas pertenecen a plataformas no españolas, lo que ejemplifica el nivel de desarrollo y penetración de este tipo de financiamiento en España comparado con Latinoamérica, donde estas campañas han demorado más en desarrollarse y diseminarse. Las plataformas con mayor cantidad de proyectos dentro de esta lista son Verkami, MyMajorCompany, Goteo.org e Ideame. Los proyectos más exitosos en términos económicos tienen que ver con campañas de financiación de películas, documentales, proyectos de educación y cultura y proyectos musicales.

Fuentes: <http://www.mentoresporchile.cl/informate/apoyo-emprendimiento/crowdfunding/>,
http://web.spaincrowdfunding.org/wp-content/uploads/2014/04/crowdfunding_esp.pdf,
<http://crowdfunding.pbworks.com/w/page/10402176/Crowdfunding>.

The Crowdfunding Industry Report, 2014, citado en X.NET, *Experiencias de crowdfunding en el Estado español y Cataluña. Principales características retos y obstáculos*, Disponible en http://web.spaincrowdfunding.org/wp-content/uploads/2014/04/crowdfunding_esp.pdf.

8.6. Los medios de comunicación

Los diarios son publicaciones que informan sobre el acontecer político, económico, social y cultural de un país, lo cual es fundamental para la formación de opinión pública en una sociedad participativa, crítica y reflexiva. El Cuadro 8.8 muestra la oferta de prensa diaria en quince países de Iberoamérica. La información se refiere a periódicos de distinta cobertura geográfica (nacionales y locales), distinto tipo de propiedad (públicos, privados, comunitarios), pagados y gratuitos²⁶. De acuerdo con la información disponible, el número de periódicos varía considerablemente desde los dos de Cuba hasta los 532 de Brasil. El menor número de periódicos tiende a localizarse en los países centroamericanos.

Cuadro 8.8.
Número de cabeceras de diarios (2004)

	Número de títulos de periódicos (2004)	Número de habitantes por título de periódico
Argentina	184	208 200
Bolivia, Est. Plur. de	19	483 558
Brasil	532	345 884
Chile	59	274 038
Colombia	23	1 849 027
Costa Rica	7	606 619
Cuba	2	5 636 682
El Salvador	5	1 210 059
España	151	282 850
Nicaragua	6	897 717
Panamá	8	412 917
Perú	73	375 395
Portugal	27	388 079
República Dominicana	11	837 035
Venezuela, Rep. Bol. de	92	285 449

Fuente: Pilot Media Survey (2005-2006), Unesco-UIS. Para el número de habitantes de 2004: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

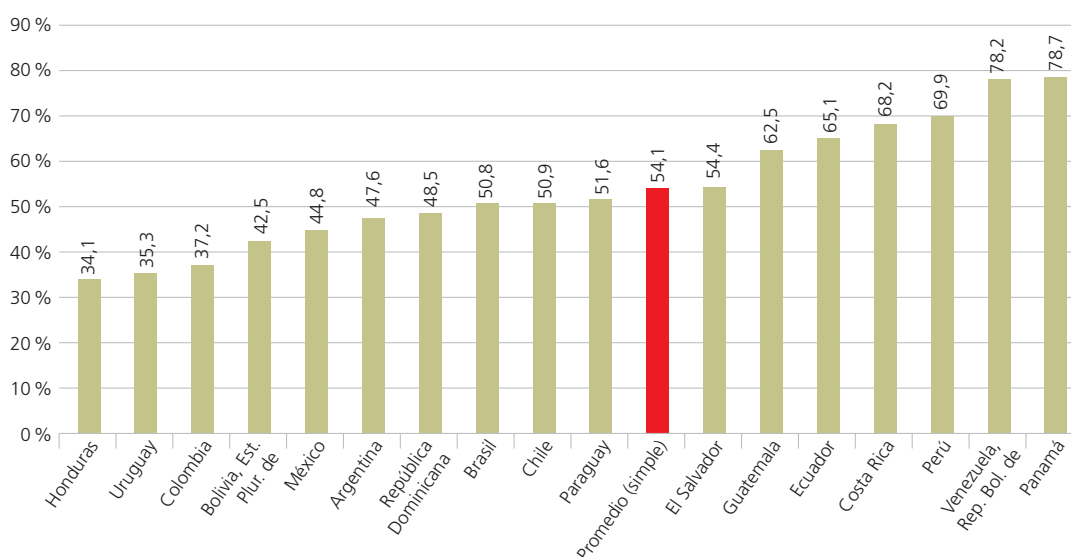
La heterogeneidad de la oferta se confirma al considerar la relación de número de habitantes por periódico. Argentina, Chile, España, Venezuela y Portugal son los países que tienen el menor número de habitantes por periódico y, por tanto, son aquellos donde la oferta es mayor. Por el contrario, Cuba, Colombia, El Salvador y Nicaragua tienen el mayor número de habitantes por periódico y, por tanto, una oferta menor.

²⁶ La fuente no incluye periódicos *online*.

En cuanto a la lectura destaca el alto porcentaje de no lectores de periódicos. Según datos del Latinobarómetro, poco más de la mitad de la población (51%) leyó algún periódico la semana anterior a la encuesta (véase el Gráfico 8.17). Panamá, Venezuela, Perú, Costa Rica y Ecuador tienen los mayores porcentajes de lectura de periódicos (sobre el 60%). Argentina, Bolivia, Colombia, Honduras y Nicaragua tienen los menores porcentajes (por debajo del 40%). Según fuentes nacionales, en España el 66,4%²⁷ de la población declara leer prensa escrita de información general al menos una vez a la semana. De hecho, España es el país con mayor proporción de población que lee prensa escrita; en Portugal este porcentaje desciende a un 29%²⁸.

Gráfico 8.17.

Porcentaje la población que la semana anterior a la encuesta leyó noticias en un diario o periódico, según país, año 2013



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

La lectura de prensa está fuertemente asociada al nivel educativo de las personas. Según datos del Latinobarómetro, el 77% de las personas con educación superior completa son lectores frecuentes de periódicos frente al 48% de quienes tienen educación básica completa y el 33% de quienes no completaron la educación básica.

Por último, cabe destacar que la cultura digital también ha tenido impacto en la prensa escrita. De hecho, en la última década se ha desarrollado el periódico digital en todos los países de la región, lo que hace más compleja y variada la oferta de prensa escrita. Prácticamente todos los países de la región tienen ediciones digitales de los periódicos más relevantes y, además, han

²⁷ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011.

²⁸ Estatísticas da Cultura, Portugal, 2012 (sobre información del INE).

surgido periódicos digitales que no tienen versión en papel. Algunas de las características más significativas del periódico digital son que organizan su discurso de forma hipertextual, que pueden combinar distintos recursos multimedia, que no tienen límites de tiempo ni de espacio, lo que permite una extensa documentación de la actualidad y que ofrecen una actualidad múltiple, al ofrecer un menú de contenidos con diferentes temporalidades internas (Rost, 2003).

El desarrollo de periódicos digitales en los países de la región es el modo en que ha impactado la cultura digital en el sector de la prensa (lamentablemente, como se ha señalado, las fuentes estadísticas consultadas no permiten documentar este aspecto). Además, el desarrollo de periódicos digitales también ha tenido impacto en términos de consumo, como constata el informe anual sobre las tendencias mundiales de la prensa, *World Press Trends*:

La difusión diaria de la prensa impresa descendió de 528 millones de ejemplares en 2009 a 519 millones de ejemplares en 2010, registrando así una bajada de cerca de un 2%. Con todo, la pérdida de la prensa impresa se ha visto más que compensada por el aumento de la audiencia en soporte digital. Los lectores del periódico *online* constituyen generalmente un tercio de la audiencia del medio impreso. De manera que, frente a un declive del 2%, el crecimiento digital es ostensiblemente mayor.

Cuadro 8.9. Número de emisoras de radio (2005)

	Número de emisoras de radio (2005)	Número de habitantes por emisoras de radio
Brasil	3890	47 852
Colombia (2006)	181	238 586
Cuba	87	129 794
Ecuador	62	222 212
Guatemala	518	24 477
México	339	326 643
Nicaragua	3	1 818 406
Panamá	275	12 240
Paraguay	2	2 952 085
Perú	25	1 108 931
Portugal	8	1 313 871
República Dominicana	18	519 076

Fuente: Pilot Media Survey (2005-2006), Unesco-UIS. Para el número de habitantes de 2005: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

El Latinobarómetro incluía la siguiente pregunta en relación con la lectura del periódico digital: *¿Lee directamente de internet libros, prensa, revistas o blogs?* Los datos sugieren que la lectura de periódicos *online* en algunos países de la región es una tendencia relevante. Así lo

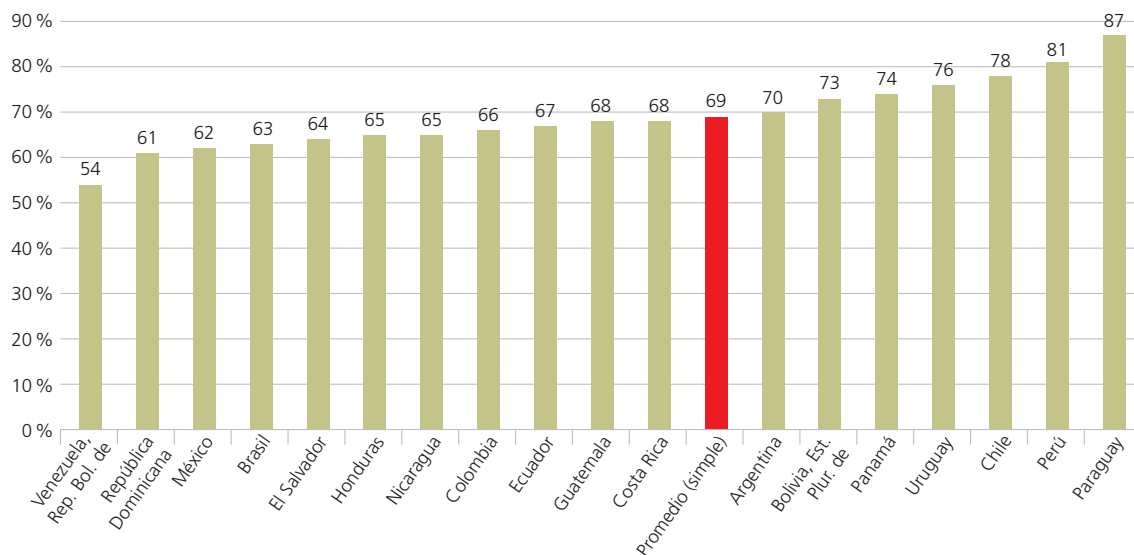
demuestran los datos de Colombia y Uruguay, donde el 19% de los encuestados dicen leer periódicos en internet. En otros países los porcentajes son los siguientes: 16% en Argentina, 13% en Chile y México y 11% en Brasil y Perú.

La radio y la televisión son bienes culturales con alto impacto en la población: los latinoamericanos se informan, instruyen y entretienen a través de ellos. Además de ser gratuitos (a excepción de la televisión de pago), estos medios prácticamente no presentan barreras de acceso.

El Cuadro 8.9 muestra la oferta de emisoras de radio en doce países de la región. De acuerdo con la información disponible, el número de emisoras de radio es muy heterogéneo, oscila desde las dos que hay en Paraguay hasta las 3890 de Brasil. Paraguay y Nicaragua resaltan por el alto número de habitantes por emisora de radio. En sentido contrario, Panamá, Guatemala y Brasil destacan por ser los países que tienen el menor número de habitantes por emisora de radio.

Gráfico 8.18.

Porcentaje de personas que escucha la radio de lunes a viernes



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

El porcentaje de audiencia de radio es relativamente alto en todos los países de la región. Se incluye aquí tanto a quienes la escuchan en el espacio privado (hogar) como a quienes lo hacen en el público (calle, parques, etc.) El promedio regional de las personas que escuchan la radio de lunes a viernes está en torno al 69%. Los países que están sobre el promedio son Paraguay (87%, paradójicamente este es el país que tiene el menor número de emisoras), Perú (81%), Chile (78%) y Uruguay (76%). Por otro lado, los países en los que se registran los menores

porcentajes de personas que escuchan la radio son Venezuela (54%), la República Dominicana (61%), México (62%) y Brasil (63%), paradójicamente este es el país que tiene el mayor número de emisoras). Asimismo, en España las fuentes oficiales registran que el 75,4% de la población escucha la radio al menos una vez a la semana²⁹.

Existe una cierta relación entre el consumo de radio y el nivel educativo, pero la variación es mucho menor que la observada en el consumo de bienes culturales. Así, un 65% de las personas con educación básica incompleta escucha la radio, comparado con un 68% de quienes tienen educación básica completa y un 73% de quienes tienen educación superior. La variación de un extremo al otro es de solo ocho puntos porcentuales. El hecho de que una alta proporción de quienes tienen educación básica incompleta sean consumidores de radio indica que este es un consumo cultural que no establece una barrera de acceso.

El carácter transversal de este consumo cultural también es claro a nivel socioeconómico. De hecho, tanto un 30% del estrato bajo como un 30% del estrato medio escuchan la radio; en el estrato alto, el porcentaje es del 36%. En consecuencia, existe escasa variación en el consumo de música por nivel socioeconómico.

Por último, cabe destacar el surgimiento de la radio en internet. Desde hace algunos años, muchas radios en la región están emitiendo su señal a través de internet y existen proyectos que solo transmiten a través de este canal. Internet ofrece nuevas posibilidades al medio radiofónico, no solo a la hora de escuchar los contenidos –con sus dos tipos de escucha: *streaming* o *podcasts*–, sino que también ofrece infinidad de posibilidades a la hora de interactuar con el usuario.

Se entiende por radio digital la transmisión y recepción de sonidos procesados utilizando una tecnología comparable a la que se usa para los reproductores de discos compactos: un transmisor de radio digital convierte sonidos en series de números o dígitos.

A pesar del importante desarrollo que ha tenido este nuevo medio en la región, los datos del Latinobarómetro indican que no es muy alta la proporción de personas que escucha la radio por internet. La mayor proporción se encuentra en Colombia (11%), mientras que en el resto de los países de la región la proporción está por debajo del 10%. La conformación de una audiencia para las radios en internet que complete a la de las radios convencionales debería ser objeto de atención.

²⁹ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011.

Cuadro 8.10. Número de canales de televisión (2005)

	Número de canales de TV (2005)	Número de habitantes por canal de TV
Brasil	466	399 447
Chile (2004)	2	8 084 121
Colombia (2006)	15	2 922 758
Cuba	27	418 225
Ecuador	4	3 444 283
España (2006)	46	957 358
Guatemala	71	178 576
México	272	407 102
Nicaragua	1	5 455 219
Panamá	71	47 407
Perú	254	109 147
Portugal (2006)	11	957 882
República Dominicana	1	9 343 362

Fuente: Pilot Media Survey (2005-2006), Unesco-UIS. Para el número de habitantes de 2005: División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, junio, 2013.

El Cuadro 8.10 muestra el número de canales de televisión en trece países de Iberoamérica. La información se refiere a canales de distinta cobertura geográfica (nacionales y locales) y de distinto tipo de propiedad (canales públicos, privados y comunitarios) e incluye televisión abierta y por cable. De acuerdo con la información disponible, el número de canales de televisión variaba de manera importante desde uno en Nicaragua y la República Dominicana hasta 466 en Brasil.

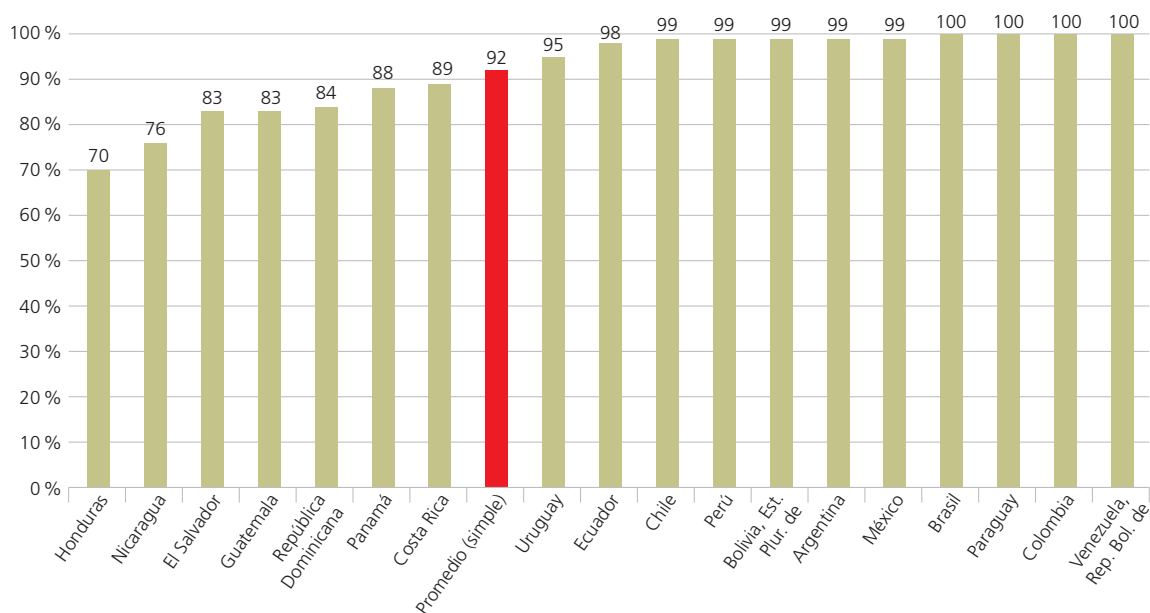
La heterogeneidad de la oferta se confirma al considerar la relación de número de habitantes por canal de televisión. La República Dominicana, Chile y Nicaragua son los países que tienen el mayor número de habitantes por canal de televisión y, por tanto, en ellos la oferta es menor. Por el contrario, Panamá, Perú y Guatemala tienen el menor número de habitantes por canal de televisión y, por tanto, son los países donde la oferta es mayor.

El porcentaje de audiencia de televisión es muy alto en todos los países de la región. El promedio regional de audiencia televisiva de lunes a viernes está en el 90 %. Los países que están sobre el promedio son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, México, Paraguay y Venezuela. En estos países el 100 % de los encuestados respondió que veía la televisión durante la semana. Por su parte, Honduras (70 %) y Nicaragua (75 %) son los países que registran los niveles de audiencia televisiva más bajos. Por su parte, en España (según fuentes oficiales) un 96,6 %³⁰ de la población ve la televisión al menos una vez a la semana.

³⁰ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España, 2010-2011.

Gráfico 8.19.

Porcentaje de personas que ve la televisión de lunes a viernes



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

La televisión es un medio de carácter masivo precisamente porque tiene un consumo de carácter transversal. La televisión es vista por personas de distintos estratos socioeconómicos, niveles educativos y edades, dado que no establece barreras de acceso.

Por último, al igual que en el caso de los medios de comunicación a los que nos hemos referido anteriormente, muchos canales de televisión ya están emitiendo su señal en línea a través de internet, y también existen proyectos de emisoras que solo transmitirán a través de internet. Como ocurre con la radio, internet ofrece nuevas posibilidades para el medio televisivo. Sin embargo, los datos del Latinobarómetro indican que la proporción de personas que ve televisión por internet es muy baja. La proporción está por debajo del 10% en todos los países de la región. Sin duda, la conformación de una audiencia televisiva en internet debe ser objeto de futuros análisis.

8.7. Las tecnologías de la información y la comunicación

El concepto de «sociedad de la información» hace referencia a un paradigma que está sufriendo profundos cambios en nuestro mundo desde el comienzo del siglo xx. Esta transformación está impulsada principalmente por los nuevos medios disponibles para crear y divulgar información mediante tecnologías digitales. Los flujos de información, las comunicaciones y los me-

canismos de coordinación se están digitalizando en muchos sectores de la sociedad, proceso que se traduce en la aparición progresiva de nuevas formas de organización social y productiva (CEPAL, 2003).

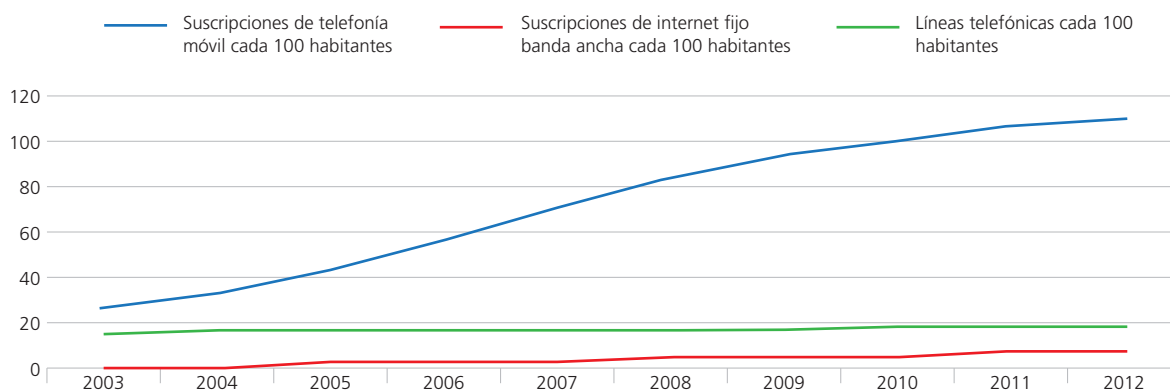
Esta revolución tecnológica, basada en las TIC, ha generado cambios sociales muy acelerados. A nivel global, hoy las economías se han hecho interdependientes, lo que ha generado nuevas formas de relación entre Estado y sociedad (Castells, 1996). Esta nueva forma de sociedad se caracteriza por lo siguiente (Castells, 1997):

Por su organización en redes; por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización; por una cultura de la virtualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal, como expresiones de las actividades dominantes y de las elites gobernantes.

Los países de la región que logren ser miembros plenos de la sociedad mundial de la información tendrán ante sí oportunidades reales y promisorias. Quizás no haya habido antes en su historia una ocasión tan tangible como la actual, dada la magnitud del cambio paradigmático al que se enfrentan, el abanico de oportunidades y el grado de conciencia que los países tienen de que podrían aprovechar esta ocasión para cosechar los frutos del cambio. Sin embargo, también es posible que no haya habido, en el transcurso de la historia, una ventana hacia el progreso que esté a punto de cerrarse con tanta rapidez, o que el riesgo de perder esta oportunidad entrañe costos tan enormes para las generaciones futuras (CEPAL, 2003).

Gráfico 8.20.

Tasa de suscripción a distintos servicios de TIC, por cada cien habitantes



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones, Naciones Unidas y Banco Mundial, 2014.

La «revolución tecnológica» ha tenido impacto en distintos sectores de la sociedad y ha transformado la manera en que las personas se vinculan con la cultura. Como se ha visto a lo largo de este capítulo, las nuevas tecnologías de la información han comenzado a incidir en los modos en que se produce, difunde y consume cultura en los distintos ámbitos. Las distintas instituciones culturales –los museos, el arte, el libro, el cine, la música y también los medios de comunicación– han debido resituarse en el entorno digital aprovechando las nuevas oportunidades que este le brinda, lo cual ha modificado la forma en que las personas se vinculan con la cultura. En esta sección final se consideran cuatro aspectos sobre la manera en que se está produciendo esta transición hacia la sociedad de la información y las posibilidades de uso que brindan las nuevas tecnologías en términos de participación y de relación con la cultura.

Aunque rezagada respecto a otras regiones más desarrolladas del mundo, América Latina ha mostrado avances significativos en términos de infraestructura tecnológica: telefonía móvil, computadores, acceso a internet. De acuerdo con información de la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones), la suscripción a telefonía móvil ha sido exponencial y en una década se ha triplicado (véase el Gráfico 8.20)³¹. En el año 2003, menos de 25 de cada 100 habitantes tenía una suscripción a telefonía móvil en trece países de la región (de un total de veintiuno). Esta situación cambia radicalmente una década después cuando solo en un país de la región (Cuba) la suscripción a telefonía móvil permanecía en esa proporción. Además, es notable que en trece países haya más de una suscripción por persona, lo que explica por qué la curva pasa sobre el 100 % a partir del año 2010.

³¹ Este crecimiento está asociado a la disminución de los costos.

Cuadro 8.11.
Porcentaje de la población que usa internet

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Argentina	16,04	17,72	20,93	25,95	28,11	34,00	45,00	51,00	55,80	59,90
Bolivia, Est. Plur. de	4,44	5,23	6,20	10,50	12,50	16,80	22,40	30,00	35,50	39,50
Brasil	19,07	21,02	28,18	30,88	33,83	39,22	40,65	45,69	48,56	51,60
Chile	28,18	31,18	34,50	35,90	37,30	41,56	45,00	52,25	61,42	66,50
Colombia	9,12	11,01	15,34	21,80	25,60	30,00	36,50	40,35	48,98	51,70
Costa Rica	20,79	22,07	25,10	28,40	32,29	34,33	36,50	39,21	47,50	45,96
Cuba	8,41	9,74	11,16	11,69	12,94	14,33	15,90	16,02	25,64	25,71
Ecuador	4,83	5,99	7,20	10,80	18,80	24,60	29,03	31,37	35,14	40,35
El Salvador	3,20	4,20	5,50	6,11	10,08	12,11	15,90	18,90	20,32	23,11
España	44,01	47,88	50,37	55,11	59,60	62,40	65,80	67,60	69,81	71,57
Guatemala	5,10	5,70	6,50	7,30	8,30	9,30	10,50	12,30	16,00	19,70
Honduras	5,60	6,50	7,80	9,40	9,60	9,80	11,09	15,90	18,12	17,80
México	14,10	17,21	19,52	20,81	21,71	26,34	31,05	37,18	39,75	43,46
Nicaragua	2,32	2,57	2,81	3,90	5,30	7,30	10,00	10,60	13,50	15,50
Panamá	11,14	11,48	17,35	22,29	33,82	39,08	40,10	42,70	40,30	42,90
Paraguay	3,45	7,91	7,96	11,21	14,27	18,90	19,80	24,76	29,34	36,90
Perú	14,10	17,10	20,70	25,20	30,57	31,40	34,77	36,01	38,20	39,20
Portugal	31,78	34,99	38,01	42,09	44,13	48,27	53,30	55,25	60,34	62,10
República Dominicana	8,87	11,48	14,84	17,66	20,82	27,72	31,40	38,00	41,20	45,90
Uruguay	17,06	20,09	29,40	34,00	39,30	41,80	46,40	51,40	54,45	58,10
Venezuela, Rep. Bol. de	8,40	12,55	15,22	20,83	25,88	32,70	37,37	40,22	49,05	54,90

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones, Naciones Unidas, 2014.
Disponible en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

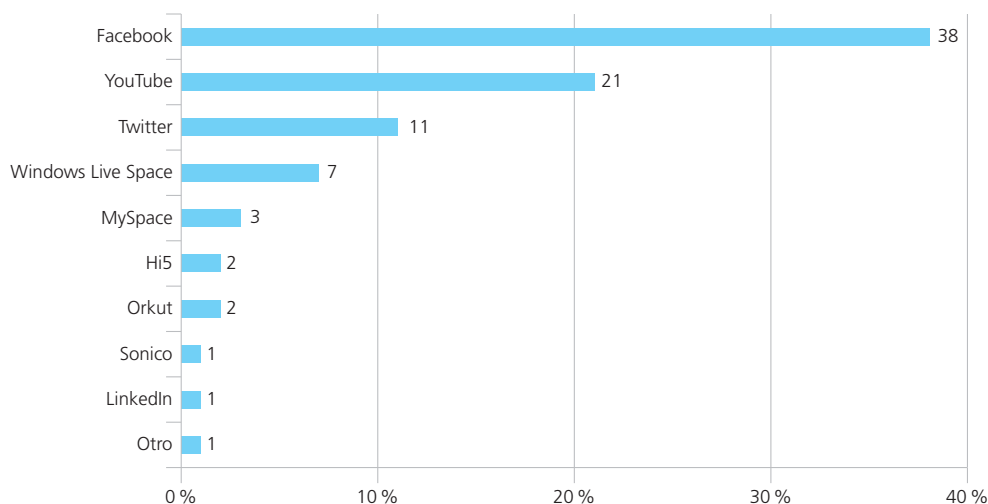
A diferencia de la telefonía móvil, el avance de las suscripciones a la banda ancha en la última década ha sido bastante lento, probablemente debido a los altos costos que persisten en la región. La relación entre el costo de la banda ancha y el PIB *per capita* de los países de América Latina, en comparación con los países más avanzados en conectividad, es muy significativa. En estos últimos, el costo de la conexión de banda ancha fija de 1 Mbps frecuentemente representa menos del 1% del ingreso mensual por habitante, mientras que para muchos países de América Latina este costo representa entre el 10% y 50% del ingreso mensual por habitante (CEPAL, 2010).

De todas maneras, en algunos países se registran avances significativos. España (22,4% de la población) y Portugal (22,6%) son los países de Iberoamérica que en 2012 logran los mayores avances en términos de conectividad. En América Latina, los mayores avances se registran en Uruguay (16,6% de la población), Chile (12,4%), Argentina (10,9%) y México (10,5%).

El acceso a internet representa un paso necesario –pero no suficiente– para participar en la sociedad de la información. Una vez que se ha obtenido el acceso a la infraestructura digital, el tema clave que se plantea son las posibilidades que ofrece dicho acceso, es decir, el uso que se le puede dar.

Gráfico 8.21.

Uso de redes sociales



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013). El detalle por países puede verse en el anexo estadístico de la versión electrónica de este documento.

En contraste con un proceso lento de expansión de la banda ancha, en la región se registra un uso de internet bastante masivo en algunos países³². España (71,5%) y Portugal (62,1%) registran los mayores porcentajes de población que usaba internet en 2013 (véase el Cuadro 8.11). Las diferencias con América Latina son bastante menores comparadas con el caso de acceso a banda ancha. Por ejemplo, el 66,5% de los chilenos usa internet, así como el 59,9% de los argentinos y el 58,1% de los uruguayos. Es decir, las diferencias en los niveles de uso con los países de la península ibérica son mucho menores que los registrados en términos de acceso a la banda ancha. Sin embargo, es importante destacar que en algunos países de la región (Ni-

³² Esta diferencia se relaciona con el hecho de que no es necesario estar suscrito a un servicio de internet para usar esta tecnología, ya que esta puede utilizarse en otros lugares que no son el hogar, tales como el lugar de trabajo, la escuela, el cibercafé, etc.

caragua, Honduras, Guatemala) los niveles de uso de internet siguen siendo extremadamente bajos.

Una de las posibilidades que brinda el uso de las nuevas tecnologías es la participación en nuevas interacciones sociales y, ocasionalmente, en la cultura. El tema de la participación en las redes sociales es uno de los temas que ha concitado mayor atención en los últimos años debido al aumento explosivo de usuarios en algunos países de la región. Según un estudio reciente (Pávez, 2013):

Las redes sociales son un ámbito relativamente nuevo de la sociedad de la información y tienen origen en la llamada web 2.0, la cual permitió la masificación de una serie de herramientas que alimentan la interactividad de las plataformas digitales. Esta da inicio a propiedades como la «creación de contenido por parte del usuario» (*user-created content*), que permite hacer público un contenido a través de la web; sin embargo, se trata de uno que refleja cierto esfuerzo creativo y es creado fuera del ámbito profesional. En otras palabras, los usuarios dejan de ser receptores pasivos de información y tienen la posibilidad de crear y difundir sus propios contenidos.

Las redes sociales con mayor penetración mundial fueron establecidas en el año 2002; de estas, las más conocidas son LinkedIn, MySpace, Hi5, Bebo, Facebook y Twitter. De acuerdo con el Latinobarómetro, Facebook aparece como la red social más popular en la región (ocupa el primer puesto en todos los países que participaron en el estudio). Le sigue el portal que permite compartir y ver videos *online* YouTube y, posteriormente, Twitter, Windows Live Space y Myspace. El resto de redes sociales ocupan un lugar bastante más secundario.

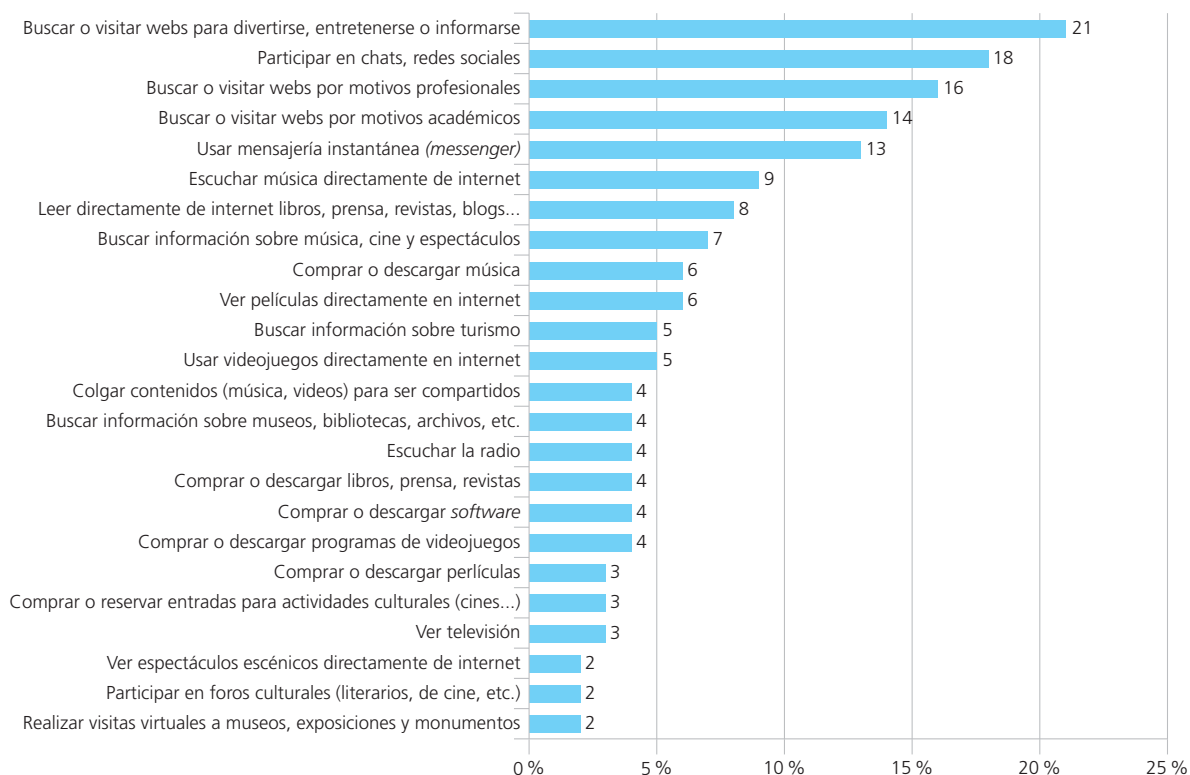
Para concluir, es de interés referirse a las posibilidades que ofrece internet a los usuarios en términos de las actividades que pueden realizar cuando se conectan. El Gráfico 8.22 muestra que la actividad que los usuarios realizan con mayor frecuencia es «buscar o visitar webs para divertirse, entretenerse o informarse» (21%), lo cual es en sí mismo una práctica de consumo cultural. Otras actividades que remiten a consumos culturales y que tienen un lugar relevante –a las cuales nos hemos referido en acápite anteriores– incluyen «escuchar música directamente de internet» (9%), «leer directamente de internet libros, prensa...» (8%), «buscar información sobre música, cine y espectáculos» (7%), «ver películas directamente en internet» (6%). En definitiva, como se ha sugerido, varias de las posibilidades de uso que brindan las nuevas tecnologías replantean la relación de las personas con la cultura.

Las posibilidades de uso que facilita internet también incluyen, como se ha mencionado, «participar en chats, redes sociales» (18% de los casos) y «usar mensajería instantánea (*messenger*)» (13% de los casos), lo que denota la importancia de internet como canal de comunicación

y potenciador de relaciones sociales. Finalmente, en el Gráfico 8.22 también se resalta la importancia de «buscar o visitar webs por motivos profesionales» y de «buscar o visitar webs por motivos académicos».

Gráfico 8.22.

Actividades que se realizan cuando se conecta a internet



Fuente: Latinobarómetro (módulo Cultura, OEI, 2013).

Por su parte, según la encuesta de consumo de TIC en los hogares conducida por Eurostat en 2008-2009, un 63% de los usuarios de internet en España declara hacer uso de este medio para enviar mensajes instantáneos; lo mismo afirma un 54% de los portugueses. El 50% de los españoles hace uso de internet para leer blogs, al igual que el 31% de los portugueses; para hacer llamadas telefónicas, lo usan un 29% y 21% de la población, respectivamente.

En términos de la obtención de contenido audiovisual, los españoles usan internet principalmente para bajar o escuchar música (42%); ver televisión o escuchar radio (41%); ver o bajar películas (28%); compartir archivos (23%); bajar videojuegos o jugar a ellos (17%); y subir contenido creado personalmente (14%).

Por otra parte, las actividades que los usuarios de internet portugueses más realizan, en orden de prioridad, son bajar o escuchar música (31%); bajar o ver películas (42%); ver televisión o escuchar radio (41%); compartir archivos (34%); buscar noticias por buscador (20%), y subir contenido creado personalmente (17%).

En el caso de las compras por internet, el 13% de los usuarios de España y Portugal compra música, filmes, libros, material de *e-learning* o *software*; desglosado, esto se traduce en que compran libros, revistas o material de *e-learning* el 9% de los portugueses y 7% de los españoles; filmes y música, el 4% en ambos países; y entradas para eventos, un 7% en Portugal y un 13% en España.

Recuadro 8.5.

El *crowdsourcing*

El término *crowdsourcing* viene del inglés *crowd* ('multitud') y *outsourcing* ('externalizar') y, según Wikipedia, puede traducirse al español como «externalización abierta de tareas».

El *crowdsourcing* permite obtener ideas y contenidos a partir de una llamada abierta y, en la mayoría de los casos, voluntaria a la colaboración, que puede tener como resultado la contribución de millones de personas que forman parte de una gran comunidad *online*, que adopta la forma de *peer-production* (o producción de pares). Esto permite que el esfuerzo de una gran cantidad de personas que realiza tareas pequeñas se funda para crear un proyecto, significativo y valioso para la comunidad *online*, que de otra forma habría tomado significativamente más tiempo o dinero, o simplemente no podría ser realizado.

No todas las acciones emprendidas por usuarios que generan un conocimiento a partir de su agregación puede considerarse *crowdsourcing* en sentido estricto. Para que este pueda ser llamado tal, debe existir cierta planificación y dirección dentro del grupo, con el objetivo de alcanzar resultados específicos a partir de la colaboración de un gran número de participantes; además, debe haber un grupo o comunidad objetiva con voluntad de participar; debe haber una distribución de tareas y un cronograma de trabajo, es decir, plazos de comienzo y fin.

Este concepto ha sido utilizado por empresas motivadas por aprovechar la colaboración de masas para reducir sus costos y acercarse a sus clientes. Hoy en día este concepto se emplea primordialmente en el mundo de la producción cultural. Su mayor exponente es la enciclopedia digital Wikipedia. Esta herramienta, además, ha sido usada por bibliotecas como la University College London, que a través de un *wiki* permite que diferentes usuarios transcriban manuscritos de Jeremy Bentham; o el Archivo Nacional de Estados Unidos, que hizo una llamada abierta para transcribir papiros griegos y manuscritos meteorológicos de la Segunda Guerra Mundial, proyectos que han logrado, a través de la colaboración, cumplir con tareas que sería difícil conseguir de otra forma.

El arte ha visto en el *crowdsourcing* una forma de crear obras en la que la contribución del público se convierte en el elemento principal de la experiencia; así lo han hecho los artistas Aaron Koblin y Johnny Cash con sus famosos proyectos audiovisuales y artísticos basados en la contribución de miles de seguidores a través de plataformas webs.

El *crowdsourcing* es un concepto amplio y flexible que ha ido moldeándose para adoptar nuevas formas que ayudan a resolver problemas concretos. Este concepto implica el involucramiento de los usuarios en las distintas partes del proceso de producción de un bien cultural, ya sea tomando parte en el origen de la idea (*crowdwisdom*), en la creación del proyecto (*crowdcreating*), en su financiación (*crowdfunding*), apelando a la sostenibilidad financiera del proyecto (este tema se discute más a fondo en otro apartado).

Fuentes: Anuario de Acción Cultural Española de la Cultura Digital, AC/E, 2014; infocrowdsourcing.com.

8.8. El gasto de los hogares en cultura

Si bien en las secciones anteriores la noción de consumo no ha sido utilizada en un sentido económico, en esta sección interesa considerar –aunque sea brevemente– el gasto en cultura que realizan los hogares. Se considera gasto en cultura la compra o alquiler de libros, música (discos, casetes, instrumentos musicales), periódicos, revistas, arte y esculturas. Incluye también, entradas de cine, teatro, conciertos, espectáculos deportivos y artísticos, etc.

El Cuadro 8.12 muestra el porcentaje de hogares que efectúa gastos en cultura. Se puede observar que el 48,5% de los hogares en Iberoamérica destinan recursos privados a esta área. Entre los países que poseen más porcentaje de hogares con gasto en cultura se encuentran Ecuador (70,3%), Venezuela (68,7%) y Argentina (61,8%). Pese a que gran cantidad de hogares destina gasto de bolsillo a actividades culturales, existe una importante brecha según el nivel de ingresos. Al respecto, el 72,8% de los hogares del quinto quintil efectúa gastos en cultura, frente al 26,4% del primer quintil. Aunque con matices, esta brecha se observa en los diecisiete países analizados.

Cuadro 8.12.
Iberoamérica (diecisiete países): Porcentaje de hogares que efectúa gastos en cultura, alrededor de 2005

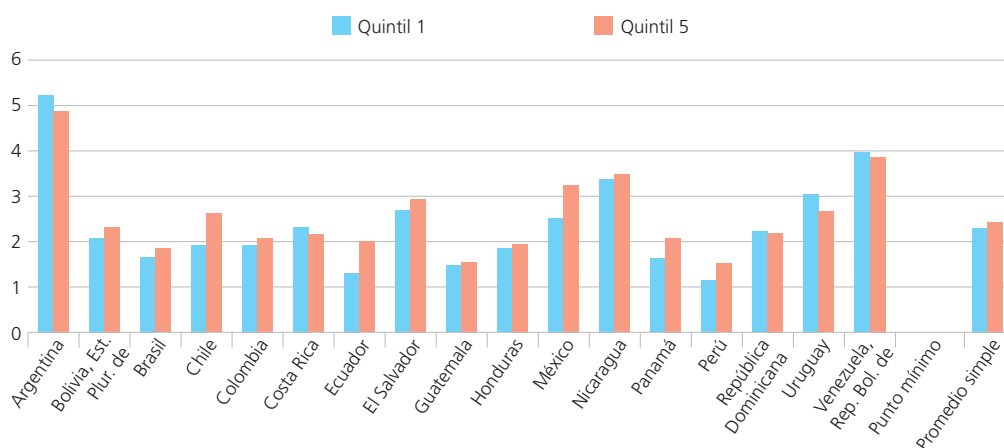
	Porcentaje de hogares que efectúa gastos en cultura						
	Total	Quintiles de ingreso <i>per capita</i> de los hogares					Diferencia Q5 – Q1
		Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5	
En porcentajes							
Argentina	61,8	34,6	53,3	62,3	73,8	84,8	50,2
Bolivia, Est. Plur. de	34,3	11,9	25,6	33,1	44,4	56,3	44,4
Brasil	45,4	30,8	37,7	40,5	49,4	68,6	37,8
Chile	43,9	30,4	37,3	42,3	48,4	61,0	30,6
Colombia	40,9	17,7	30,1	40,8	51,0	65,2	47,5
Costa Rica	58,7	54,0	54,1	55,1	56,0	74,4	20,4
Ecuador	70,3	45,8	65,4	71,8	79,2	89,6	43,8
El Salvador	50,4	25,6	38,8	49,6	61,3	76,5	50,9
Guatemala	47,6	17,0	32,0	46,1	61,9	81,1	64,1
Honduras	37,4	11,0	16,4	33,3	52,7	73,6	62,6
México	53,3	28,0	43,2	53,2	62,4	79,7	51,7
Nicaragua	24,4	4,4	11,9	20,2	31,3	54,5	50,1
Panamá	59,6	38,6	49,5	59,7	67,9	82,5	43,9
Perú	51,1	23,1	41,4	53,3	63,6	74,2	51,1
República Dominicana	25,6	7,8	17,7	24,6	30,0	47,6	39,8
Uruguay	56,4	30,8	45,6	55,8	67,2	82,8	52,0
Venezuela, Rep. Bol. de	63,7	36,6	55,4	66,3	74,6	85,5	48,9

Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de ingreso y gasto de los hogares de los respectivos países.

Al examinar la proporción de gasto que los hogares destinan a distintos aspectos culturales, se aprecia que no hay grandes variaciones entre los quintiles extremos. El promedio regional para los hogares del quintil 1 es de 2,3% del gasto total efectuado, mientras que este representa el 2,6% del gasto total efectuado por los hogares del quintil 5. De los diecisiete países para los cuales hay información, en solo dos la proporción del gasto de los hogares se sale de un rango de entre uno y tres puntos porcentuales. Estos son Argentina (5%) y Venezuela (4%).

Gráfico 8.23.

Iberoamérica (diecisiete países): Gasto en cultura como porcentaje del gasto total de los hogares



Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de ingreso y gasto de los hogares de los respectivos países.

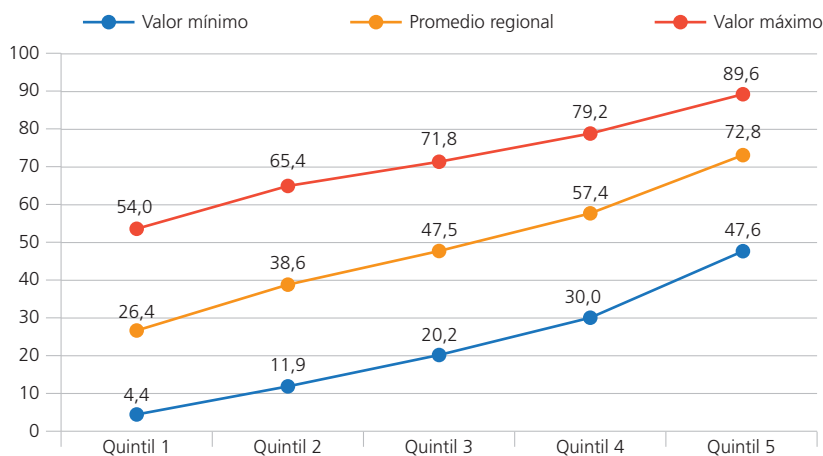
El Gráfico 8.23 muestra que no hay grandes variaciones en la proporción del gasto entre los quintiles extremos; sin embargo, en términos absolutos existe una gran diferencia. El gasto promedio regional de los hogares en cultura se sitúa en los 35 USD. Sin embargo, el quintil 1 gasta en promedio 15 USD, comparado con el quintil 5 que gasta alrededor de 60 USD: es decir, hace un gasto cuatro veces mayor. Por otro lado, se observa que, desde el quintil 1 al quintil 4, la proporción del gasto aumenta levemente; sin embargo, se produce un salto significativo entre el quintil 4 y el 5. Este aumento del gasto se produce en la mayor parte de los países (véase el Gráfico 8.24).

En síntesis, la propensión a destinar a cultura una proporción específica del gasto total no parece variar según el estrato económico: los hogares en promedio destinan una proporción más o menos pareja (entre el 2% y el 5%, según el país) de sus recursos a gastos relacionados con productos culturales que tienen un precio para acceder a ellos o adquirirlos³³. Las grandes diferencias se producen previamente, con la propensión a gastar en productos y servicios culturales. Mientras que, en promedio, la mitad de los hogares declara efectuar gastos destinados a bienes culturales, entre los del primer quintil de ingresos solo lo hace uno de cada cuatro, y en el quintil más rico lo hacen tres de cada cuatro; a la vez, el gasto que efectúan los hogares del quintil más rico es cuatro veces mayor que el de los del quintil menos rico.

³³ El indicador de gasto no refleja el consumo cultural en su conjunto, ya que hay oferta pública (por ejemplo, los canales de televisión abierta o las radios que no requieren suscripción).

Gráfico 8.24.

Iberoamérica (17 países): Gasto en cultura en dólares PPA de 2005 entre hogares que efectúan gasto en cultura



Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de ingreso y gasto de los hogares de los respectivos países.

Considerando estos quintiles extremos, la proporción de hogares que efectúa gastos en cultura y el monto promedio de estos, el volumen involucrado de recursos destinados a cultura del quintil más rico es doce veces el volumen de recursos destinado por los hogares del quintil más pobre. Esto da cuenta, finalmente, de la tremenda desigualdad que se produce entre estratos socioeconómicos de la población en el acceso a la cultura cuando la oferta se regula a través de mecanismos de mercado; al mismo tiempo, revela la importancia del Estado y del gasto público, así como de las instituciones sin fines de lucro y del voluntariado, para fomentar y financiar una oferta cultural asequible para todos. Claramente, la igualdad en el consumo y la participación cultural es una materia de política pública, no solo en cuanto a garantizar una mayor variedad de oferta cultural gratuita, o al menos asequible, para la gran mayoría, sino también en el fomento y educación del gusto por la misma.

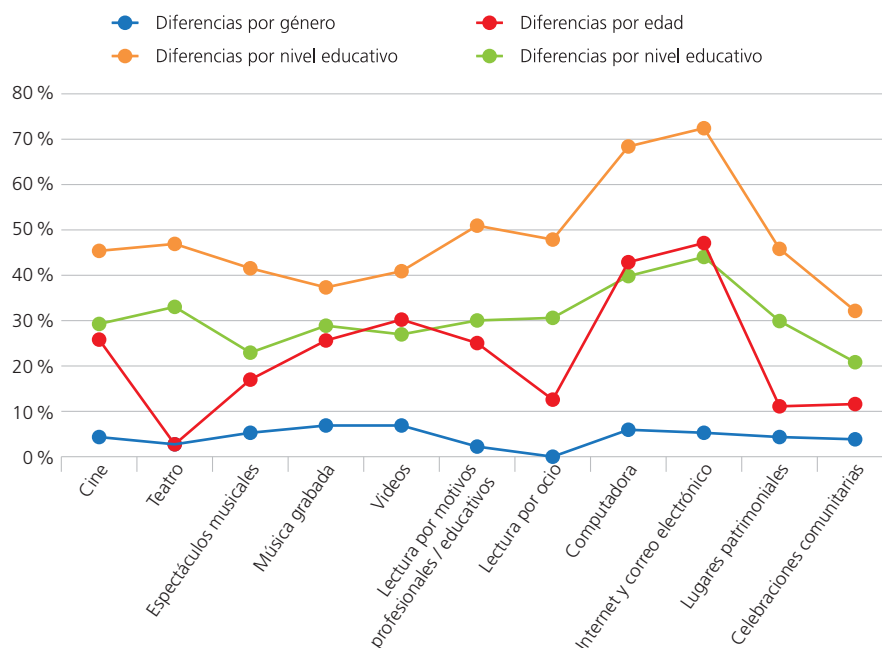
8.9. A modo de cierre

El análisis de la participación y el consumo cultural en Iberoamérica arroja algunos elementos de interés. Es importante destacar tres de ellos.

El primero es que existen desigualdades de acceso a la mayor parte de los bienes y prácticas culturales que están marcadas por factores socioeconómicos y demográficos, con la excepción de la radio y la televisión, donde apenas se encuentran diferencias. El Gráfico 8.25 presenta la incidencia de los niveles socioeconómico y educativo, de la edad y del género en diversas prácticas culturales.

Gráfico 8.25.

Brechas según variables de género, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico



Fuente: Latinobarómetro (Módulo cultura, OEI, 2013).

Diferencias por género. Diferencia entre el porcentaje de mujeres que «nunca» o «casi nunca» participan en cada práctica cultural y el porcentaje de hombres que no lo hacen.

Diferencias por edad. Diferencia entre el porcentaje de personas de «51 años o más» que «nunca» o «casi nunca» participan en cada práctica cultural y el porcentaje de personas de «16 a 30» años que no lo hacen.

Diferencias por nivel educativo. Diferencia entre el porcentaje de personas que «nunca» o «casi nunca» participan en cada práctica cultural con nivel educativo «menos que educación básica» y el porcentaje de personas con nivel educativo «superior completo» que no lo hacen.

Diferencias por nivel socioeconómico. Diferencia entre el porcentaje de personas que «nunca» o «casi nunca» participan en cada práctica cultural con nivel socioeconómico «bajo» y el porcentaje de personas con nivel socioeconómico «alto» que no lo hacen.

El factor que tiene mayor peso es el nivel educativo, que afecta a todas las prácticas de manera generalizada (con diferencias significativas entre quienes tienen educación «menos que básica» y quienes tienen educación «superior completa») si bien el uso de la computadora e internet son las prácticas más afectadas por esta variable. El nivel socioeconómico –aunque en menor cuantía que el nivel educativo– es otro factor que tiene mucho peso y que marca importantes diferencias en la frecuencia de consumo de las personas de nivel socioeconómico bajo y alto en la mayor parte de las prácticas (con la excepción del uso de la computadora, internet y los videos). Un tercer factor que tiene peso es la edad de las personas, aspecto que marca significativas diferencias entre jóvenes y adultos en lo que se refiere al uso de la computadora e internet. Sin embargo, la diferencia de frecuencia entre los jóvenes y los mayores es significativamente menor en otras prácticas culturales como la lectura por ocio, la visita a lugares patrimoniales o la asistencia al teatro.

La variable género marca diferencias mucho menores que los otros tres factores en casi todas las prácticas consideradas. Las diferencias por razones de género llegan a ser prácticamente inexistentes en lo que se refiere, por ejemplo, a la lectura por motivos de ocio, a celebraciones comunitarias y a visitas a lugares patrimoniales.

Un segundo elemento que es preciso destacar es que, como se ha mostrado a lo largo del capítulo, los distintos ámbitos de la cultura se están modificando de manera significativa, producto del impacto de la cultura digital. Los cambios están ocurriendo en los modos de producción, circulación y consumo de los distintos ámbitos de la cultura, lo que incluye los museos, el teatro, el libro, el cine, la música, etc. El libro puede ser tomado como un ejemplo. Aunque la masificación del libro electrónico no se ha producido con la rapidez que algunos actores esperaban, el hecho es que la producción, distribución y consumo del libro se está modificando aceleradamente. Tres indicadores dan cuenta del avance del libro electrónico en el mercado del libro de la región en los últimos años: el aumento en el número de libros electrónicos registrados en el ISBN, la creciente importancia de la lectura digital en la región –que está asociada a la mayor conectividad a internet y al acceso a dispositivos electrónicos de lectura– y el hecho de que internet opera crecientemente como canal de distribución y comercialización del libro electrónico. Esto está asociado a la creciente presencia en el mercado regional de plataformas orientadas a la distribución del libro electrónico, lo que a su vez viene a subsanar un problema endémico en la región como es el de la distribución.

Ninguno de los ámbitos de la cultura ha permanecido ajeno al creciente papel que desempeñan las nuevas tecnologías en la manera en que las personas se relacionan con los contenidos culturales. Un sector cultural que se encuentra en una posición más adelantada en este aspecto es la industria de la música, ya que se encuentra en un proceso de transición generalizada hacia el entorno digital. Como se ha resaltado, la gran transformación que trajeron los desarrollos tecnológicos en la industria musical se relaciona con la divulgación del soporte digital y, principalmente, las posibilidades que proporciona la distribución digital de contenidos a través de internet. Esto ha permitido que mayoritariamente se escuche música a través de internet, lo cual es posible gracias a la práctica del *streaming*, que se ha difundido aún más debido al desarrollo de servicios de suscripción que proporcionan *streaming* de música, lo que permite pasar de los servicios piratas a un entorno digital legal de la música.

Para concluir, es interesante resaltar que existe una gran diferencia en el gasto en cultura entre los sectores socioeconómicos de mayores ingresos y los grupos más pobres. Como se ha señalado, el volumen de recursos destinados a la cultura del quintil más rico es doce veces mayor que el que destinan los hogares del quintil más pobre, lo que da cuenta de la tremenda desigualdad en el acceso a la cultura cuando esta depende de los mecanismos del mercado. De ahí que la desigualdad en el consumo y la participación cultural sea una materia de política pública.

Recuadro 8.6. Wikipedia

Wikipedia es una enciclopedia digital y gratuita editada colaborativamente entre más de veinte millones de usuarios de todo el mundo. Fue creada el año 2001 por los estadounidenses Jimmy Wales y Larry Sanger, y hoy es administrada por la Fundación Wikimedia, una organización sin ánimo de lucro. Se creó sobre la base de un *software* de contenido libre y construcción colaborativa, lo que permite la recopilación, el almacenamiento y la diseminación de la información estructurada y libremente entre sus usuarios. Actualmente es uno de los diez sitios webs más visitados del mundo (según el sitio web Alexa) y cuenta con más de treinta millones de artículos en 287 idiomas.

Wikipedia es una forma de *crowdsourcing* en el sentido de que obtiene ideas y contenidos a partir de una llamada abierta a la colaboración, lo que ha dado como resultado la contribución voluntaria de millones de personas que forman parte de una gran comunidad *online*. Su funcionamiento, a través de un sistema *wiki*, ha logrado que se convierta en la enciclopedia con mayor cantidad de contribuidores en el mundo, ya que los textos pueden ser editados por cualquier persona con acceso a internet, y millones de usuarios pueden editar, crear o eliminar contenidos desde cualquier lugar del mundo. Esto permite que el esfuerzo de una gran cantidad de personas se funda para crear un solo proyecto significativo y valioso para la comunidad de usuarios. La nueva era de internet ha permitido que la producción colaborativa a través del *crowdsourcing* suscite un aumento generalizado de la importancia y la centralidad de la información producida de esta forma, en la medida en que significa una democratización del acceso a la información y del proceso de creación de la misma (Benkler, 2003).

Wikipedia en español y portugués. Wikipedia puede servir como representación del uso de los diferentes idiomas en el mundo, ya que son los propios usuarios de cada lengua los encargados de enriquecer cada una de las ediciones, sumando artículos, editando los ya existentes y perfeccionando el servicio que presta Wikipedia. Son los usuarios quienes determinan el uso que cada lengua da a esta plataforma.

Las wikipedias más visitadas por los usuarios en el mundo son la de la edición en inglés (con un 44,3% de visitas), seguida por la edición en español (con un 9% de visitas). La Wikipedia en portugués cuenta con un 3,1% de las visitas totales, lo que la ubica en el séptimo lugar entre las ediciones más visitadas. Del 9% de visitas a la Wikipedia en español, un 24,4% viene de México, un 17,3% de España, un 12,6% de Colombia y un 11,6% de Argentina; datos que convierten a estos cuatro países en los de mayor tráfico de visitas a la Wikipedia en español. Asimismo, para el caso de Wikipedia en portugués, del 3,1% de visitas globales, el 87,6% proviene de Brasil, el 8,5% de Portugal, el 0,6% de Estados Unidos y el 3,3% restante de otras partes del mundo.

En cuanto a la edición por parte de los usuarios, en el estudio se incluyen las ediciones realizadas por usuarios no registrados y por *bots*. Como porcentaje del nivel global, el español se encuentra en cuarto lugar y el portugués en octavo lugar, con un 6,7% y un 2,4% del total de ediciones en Wikipedia, respectivamente. La mayor concentración de ediciones se observa en la Wikipedia en inglés, con un 36% de las ediciones totales, al igual que en el caso de las visitas. Por su parte, la edición de Wikipedia en español se concentra mayoritariamente en España, con el 32,2% de las ediciones, seguida por Argentina (14,1%), México (12,6%) y Chile (9,3%). En el caso de la Wikipedia

en portugués, el total de 2,4% del conjunto de ediciones en Wikipedia se distribuye en ediciones provenientes de Brasil (83,4%), de Portugal (11,7%) y de Estados Unidos (0,8%), principalmente.

Análisis del contenido. La lengua española es la segunda lengua más hablada en el mundo como lengua materna y la tercera lengua con mayor cantidad de usuarios de internet, con 153 millones de usuarios en 2010. A su vez la lengua portuguesa es la séptima lengua más hablada en el mundo, con 240 millones de hablantes. Sin embargo, en las ciencias y la investigación científica ni el español ni el portugués han logrado adquirir tal importancia; aún queda un largo camino por recorrer para hacer de ambos idiomas, idiomas utilizados y respetados como lengua científica.

Iberoamérica hoy conforma un eje cultural importante, cuya relevancia se ve reflejada en el uso y en las visitas a ambas ediciones de Wikipedia, que en conjunto representan un 6,2% de la cantidad total de artículos en Wikipedia y superan la cantidad de artículos de todas las otras ediciones, a excepción del inglés. Además, representan en su conjunto un 12,1% de las visitas totales y un 9,1% de las ediciones. Sin embargo, ambas wikipedias han recibido críticas diversas, principalmente relacionadas con la relevancia de las lenguas en comparación con otras lenguas menos habladas, pero más influyentes en términos de información científica y enciclopédica.

Una de las críticas hechas a la Wikipedia en español tiene que ver con la baja cantidad de artículos a la luz de la importancia que en realidad tiene el español a nivel global, en comparación con el inglés. En edición ocupa el octavo lugar según cantidad de artículos; la superan las ediciones italiana y francesa, por ejemplo, con poblaciones mucho menores a nivel mundial. Además, es la edición con menor número de bibliotecarios por usuario registrado entre las wikipedias más grandes. Sin embargo, por número de visitas y de usuarios, la Wikipedia en español ocupa el segundo lugar, con lo que demuestra que es una de las wikipedias a las que más se recurre.

Una segunda crítica a ambas ediciones tiene que ver con la imprecisión de sus contenidos. Se ha criticado en diversas ocasiones la poca fiabilidad de la información que contiene, principalmente, la versión española, por la falta de referencias externas de su contenido. Un profesor de la Universidad de Málaga llevó a cabo un estudio comparativo de donde extrajo que, entre las versiones inglesa, alemana y española de Wikipedia, la española era la menos fiable en términos de referencias. En cuanto a la calidad de su escritura, la Wikipedia española se queda atrás, ya que es considerada la más imprecisa y engorrosa de las tres versiones comparadas.

Estadísticas de Wikipedia en español y portugués

	Wikipedia en español	Wikipedia en portugués
Número de artículos	1 102 948	828 366
Proporción de artículos del total de Wikipedia	3,40 %	2,60 %
Número de ediciones mensuales	522	197
Promedio de ediciones por artículo	51,1	32,2
Número de artículos nuevos por día	237	100
Número de usuarios	3 091 170	1 293 415
Número de editores activos	4 086	1 530
Número de administradores	84	35
Porcentaje de visitas del total global	7,10 %	2,80 %
Porcentaje de las ediciones del total global	7,60 %	1,70 %

Impactos. El impacto de Wikipedia, a nivel global, tiene que ver con su manera de construcción, libre y colaborativa, y la cantidad de información que este método de *crowdsourcing* ha logrado recopilar de forma estructurada en sus 287 idiomas. Hoy Wikipedia tiene cerca de mil seiscientas veces más artículos que la Enciclopedia Británica y se coloca como el sexto sitio más visitado a nivel mundial. Wikipedia es resultado de la cambiante era de la información, donde motivaciones e incentivos económicos han sido reemplazados por la necesidad de contribuir a la democratización de la información. Aun así, Wikipedia tiene el desafío de continuar adaptándose al cambio en los patrones de vida de sus usuarios y de sus potenciales usuarios, lo que incluye buscar otros medios de acceso y mejorar sus estándares de calidad.

En muchos países pequeños donde la producción y oferta de información y bienes culturales es muy acotada, Wikipedia se ha transformado en un «repositorio cultural» de mucho valor, por lo que hoy apunta a capturar más escritores de mejor calidad y proyectos que permitan mejorar el acceso al sitio por parte de aquellas personas sin acceso permanente a internet o a otras fuentes de información.

Fuentes: Yochai Benkler, *Freedom in the Commons: Towards a Political Economy of Information*, 2003; Tomás Saorín, *Análisis de enlaces hacia bibliotecas y archivos digitales de patrimonio cultural desde Wikipedia en español y catalán*, Universidad de Barcelona, 2012; «El español se atasca como lengua científica», 2014 (tomado de ElBoletín.com: <http://www.elboletin.com/contraportada/94264/espanol-atasca-como-lengua-cientifica.html>); Manuel Arias Maldonado, *Wikipedia: Un estudio comparado*, Fundación Colegio Libre de Eméritos Universitarios, 2012; <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>; www.wikipedia.org, ediciones en Español, Portugués e Inglés.

Más detalles sobre el origen de las visitas a Wikipedia en español y portugués; y ediciones en ambos idiomas en <http://stats.wikimedia.org/wikimedia/squids/SquidReportPageViewsPerLanguageBreakdown.htm>.

Estadísticas:

Número de artículos: http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias#1.2B_articles (visitada el 27 de mayo de 2014), WikimediaStatistics, los registros más recientes de información figuran hasta marzo de 2014 (visitada el 27 de mayo de 2014).

Número de ediciones por mes: <http://stats.wikimedia.org/EN/TablesArticlesEditsPerArticle.htm> (visitada el 27 de mayo de 2014).

Promedio de ediciones por artículo: <http://stats.wikimedia.org/EN/TablesDatabaseEdits.htm>.

Nuevos artículos por día: <http://stats.wikimedia.org/EN/TablesArticlesNewPerDay.htm>.

Número de usuarios: http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias#1.2B_articles (el 27 de mayo de 2014).

Número de editores activos: <http://stats.wikimedia.org/EN/TablesWikipediansEditsGt5.htm> (en marzo de 2014).

Bibliotecarios o administradores: http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias#1.2B_articles (el 27 de mayo de 2014).

Visitas a Wikipedia: <http://stats.wikimedia.org/wikimedia/squids/SquidReportPageViewsPerLanguageBreakdown.htm#> (visitada el 27 de mayo de 2014). Los porcentajes destacados responden al registro más reciente, de enero de 2014 a 31 de marzo de 2014, como proporción del total de visitas a Wikipedia en el periodo.



EL APOORTE DE LA CULTURA A LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA

En la región, existen variadas estimaciones parciales del aporte de las actividades culturales y creativas a la actividad económica de los países. Con distintos objetivos, diversas metodologías y fuentes de información, las cifras publicadas tienen importantes variaciones, incluso dentro de un mismo país.

En primer lugar, hay que considerar que existen variadas iniciativas para medir el aporte económico de la cultura y conceptos relacionados. Unas corresponden a estudios y estimaciones nacionales (como la construcción de Cuentas Satélites de Cultura), otras a iniciativas regionales y subregionales (como los esfuerzos del SICSUR) y algunas corresponden a investigaciones globales que contienen estimaciones para un grupo de países de la región (como los estudios presentados por el BID y la OEA).

En segundo lugar, se utilizan definiciones diferentes. Por un lado, las Cuentas Satélites de Cultura desarrolladas en la región utilizan de forma predominante el *Manual* del Convenio Andrés Bello y apuntan a realizar estimaciones del PIB cultural¹. De acuerdo con el grado de madurez de las CSC y la información disponible, incluyen una cantidad variable de sectores culturales; unas restringen las estimaciones a los sectores más directamente relacionados con la industria cultural y creativa, mientras que otras abarcan un conjunto más amplio de actividades, por lo que, de ese modo, asocian sus estimaciones a un concepto más flexible de PIB cultural. Por otro lado, en diversos estudios internacionales se apuntan conceptos para medir la industria creativa y la industria protegida por derechos de autor. Aunque los conceptos y operaciones de la industria cultural y creativa, protegida por derechos de autor, están estrechamente relacionados y presentan amplios espacios de intersección, siguen siendo diferentes e incluyen o excluyen una variada gama de actividades características o de apoyo a la cultura, lo que hace a las CSC poco comparables.

En tercer lugar –relacionado con las diversas aproximaciones conceptuales mencionadas anteriormente–, se utiliza una variedad de fuentes de información no siempre compatibles entre sí

¹ El *PIB cultural* no es un término preciso y aceptado por los especialistas en cuentas nacionales. Este se refiere en términos generales a la significación económica de las actividades culturales en el producto interior bruto de los países. Sin embargo, es la expresión habitual para resumir la gravitación económica de la actividad cultural (y creativa), motivo por el cual en este estudio se opta por su uso.

y con diversos niveles de desagregación. Esto redundará en mediciones con diferencias de precisión y estabilidad en el tiempo y, nuevamente, en dificultades para establecer comparaciones.

Las principales diferencias conceptuales asociadas a las diversas iniciativas nacionales, regionales e internacionales se pueden apreciar en el Capítulo 1, en tanto que las diferencias metodológicas –entre las iniciativas nacionales de CSC– se pueden ver en el Capítulo 3.

A continuación, se examinan las diversas mediciones y estimaciones existentes, agrupadas, en la medida de lo posible, según las diversas aproximaciones conceptuales y metodológicas; un intento que busca, al tiempo que mostrar la diversidad de cifras publicadas, no inducir a los lectores a compararlas entre sí, más allá de los grupos naturales que surgen al apelar a las distintas fuentes de información disponibles (estudios y publicaciones nacionales, regionales e internacionales).

9.1. El aporte económico de las industrias culturales y creativas

La Unesco da la siguiente definición de las industrias culturales (Unesco, 2007):

Aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo).

Como se puede apreciar en los Capítulos 1 y 3, las iniciativas para medir el impacto de este sector han cobrado fuerza en las últimas décadas. Por ejemplo, en América Latina el Convenio Andrés Bello, además de promover el desarrollo de las Cuentas Satélites de Cultura, ha realizado múltiples estudios sobre las industrias culturales y su impacto en las economías nacionales, dada su creciente importancia en la generación de empleo y de desarrollo económico. Según considera Octavio Getino (2001), desde la década de los ochenta las industrias culturales han generado más empleo que cualquier otro sector industrial.

Uno de los estudios del Convenio Andrés Bello realizado en colaboración con el Ministerio de Cultura de Colombia refleja que las industrias del sector cultural han demostrado tener un crecimiento mucho más acelerado que el de otros sectores manufactureros y de servicios. Con datos de la Unesco, demuestran que el crecimiento de este sector entre 1980 y 1998 fue del 300%, y estiman que las industrias culturales aportan entre un 2% y 6% al producto interior bruto de cada país.

Dentro de este rango establecido por la Unesco, en la región, Brasil es el país donde las industrias culturales realizan el mayor aporte al PIB. De acuerdo con el Instituto Brasileiro de

Geografía e Estadística (IBGE), la cultura representa el 5% del empleo formal y las industrias culturales un 6% del PIB nacional.

En Argentina se estima que el aporte de las actividades e industrias culturales a la economía nacional fue del 2,3% en el año 2000 y que aumentó al 3% en 2005; mientras que en Uruguay, para ese mismo año, fue del 3,4%. En Guatemala, la aportación de la industria cultural fue de un 3,1% en el 2005 (se llegaría al 7,3% si se consideraran también las industrias conexas). Además, se destaca que el valor agregado de las industrias culturales tuvo una tasa de crecimiento promedio del 7,3% durante el periodo 2001-2005.

En el resto de los países, si bien el aporte no está dentro del rango anterior, este no es menor. En el caso chileno, la participación relativa de las actividades características de la cultura llegó al 1,8% durante el año 2004 (el 0,9% correspondió a la industria editorial y el resto a actividades culturales y de esparcimiento). Las cifras son similares en otros países latinoamericanos. En Colombia las industrias culturales aportaron un 1,8% durante 2003, mientras que en Venezuela, su aportación fue del 1,7% del PIB en 2002. Perú presenta cifras más bajas: el sector cultural aportó un 0,6% durante 2005 y un estudio, hecho en común con el Convenio Andrés Bello, reveló que el aporte de la industria editorial al PIB para 2001 fue de 0,012% y el de la industria cinematográfica, de 0,004%. No obstante, y dado el veloz crecimiento registrado de la industria cultural en sus múltiples formas, las cifras presentadas no necesariamente reflejan la realidad actual de la región ni permiten hacer comparaciones fáciles.

La rápida expansión de la industria cultural, así como el impacto de la crisis financiera internacional, puede ser ilustrada por la situación de España. Entre los años 2000 y 2010 el número de empresas culturales en España se incrementó en un 49%. Sin embargo, a partir de la crisis financiera –y luego de aumentar a 77 553 en 2010–, el total de empresas culturales pasó a 75 766 y más tarde a 74 874², lo que supone que una pérdida de 2 679 empresas en dos años (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Anuario de Estadísticas Culturales, varios años).

En cualquier caso, para tener una noción comparada de la importancia relativa y absoluta de las industrias culturales y creativas en la región y en otros países, ha de tenerse en cuenta que las industrias culturales y creativas del Reino Unido aportaron en 2001 el 6,8% del PIB, unos 125 000 millones de dólares a precios de 2005; que, en 2009, las industrias culturales chinas aportaron el 2,5% del PIB de ese país, casi 100 000 millones de dólares, y que ese mismo año, en Estados Unidos, el aporte de dichas industrias alcanzó el 2% del PIB, algo más de 250 000 millones de dólares.

Por otro lado, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó recientemente un estudio titulado *La economía naranja, una oportunidad infinita*, que presenta diversas estimacio-

² Estas cifras no incluyen empresas dedicadas al comercio y alquiler de bienes culturales.

nes de la economía creativa, entendida como «aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, habilidad o talento individual, y que tienen el potencial para crear riqueza y empleo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual» (DCMS, 1998). La denominación *naranja* responde al intento de aglutinar bajo un solo nombre industrias culturales, creativas, protegidas por derechos de autor y de contenidos, entre otras. No obstante, por las estimaciones que presentan sería un compuesto de la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad.

Según dicha publicación, el sector creativo representaba 6,1% de la economía global en 2005, y en 2011 alcanzó los 4 293 000 millones de dólares (la exportación de bienes y servicios creativos alcanzó los 646 000 millones de dólares), lo que supone un crecimiento de 134% entre 2002 y ese año.

Cuadro 9.1.

Iberoamérica (doce países): Contribución de la economía naranja a la economía y el empleo

(En porcentajes)

	Año	Participación en la economía	Participación en el empleo	Razón participación económica / participación en el empleo
Argentina	2011	3,8	3,2	1,2
Brasil	2011	2,7	1,8	1,5
Chile	2009	1,6	2,3	0,7
Colombia	2006	3,3	5,8	0,6
Ecuador	2001	1,8
Guatemala	2009	7,6	7,1	1,1
México	2003	4,8	11,0	0,4
Panamá	2006	6,4	3,2	2,0
Paraguay	2010	3,9	3,3	1,2
Perú	2009	2,7	4,5	0,6
Uruguay	2005	3,4	4,9	0,7
Venezuela, Rep. Bol. de	2001	1,6

Fuente: BID, 2013: *La economía naranja, una oportunidad infinita*.

De acuerdo con el Cuadro 9.1, la economía naranja representó en doce países de la región entre el 1,6% y el 7,6% del producto interior bruto (en distintos años) y aportó entre el 1,8% y 11% del empleo.

En estas estimaciones, tomadas a su vez de múltiples fuentes, llama la atención la aportación de la economía naranja en Guatemala y Panamá, por encima del 5% del PIB, y la participación en el empleo en México. Asimismo, y suponiendo que las estimaciones sean comparables, al establecer una relación entre la aportación al PIB y al empleo, se puede observar una situación

muy heterogénea en cuanto a productividades. Así, en Panamá el nivel de productividad parece significativamente mayor al del conjunto de la economía; situaciones relativamente similares se observan en Argentina, Brasil, Guatemala y Paraguay; por el contrario, en los restantes países considerados, la economía naranja exhibe comparativamente bajos niveles de productividad y aporta más al empleo que a la generación de riqueza, particularmente en México.

Con un promedio (simple) de participación en el PIB del 3,6 %, los volúmenes de riqueza generada por la economía naranja en los países de la región son bastante dispares, si atendemos tanto al volumen general de las economías como al nivel de desarrollo del sector. En Argentina era de 17 080 millones de dólares; en Brasil de 66 870 millones, en Chile de 3 980 millones, en Colombia de 11 000 millones de dólares y en Perú de 4 720 millones. Según el informe, el resto de América Latina y el Caribe genera una riqueza asociada a la economía naranja equivalente a 11 020 millones de dólares. En España (2008), la economía naranja equivale a 54 000 millones de dólares.

Pero para tener referencia de la actividad naranja en otros países y de la escasa participación de los países de la región, baste con citar a China, con 467 000 millones de dólares; el Reino Unido, 151 000 millones de dólares, o Estados Unidos, el país líder en el sector, con 1 664 000 millones de dólares. Según estas estimaciones, la suma de recursos aportados por el sector de toda América Latina, el Caribe y España representa poco más de 10 % de la riqueza generada en Estados Unidos por la economía naranja.

9.2. El aporte económico de las industrias protegidas por derechos de autor

El concepto de industrias protegidas por derechos de autor –que incluye derechos de reproducción, traducción, adaptación, representación, radiodifusión, comunicación al público y distribución (en inglés se usa el término *copyright* para abarcar todos ellos)– presenta una superposición muy fuerte con el de industrias culturales e industrias creativas.

Como se mencionó en el Capítulo 1, el núcleo de estas industrias engloba a aquellas que crean obras con *copyright* como principal producto. Se trata de la industria cinematográfica, la industria de la grabación musical, la de edición de música, la industria editorial de libros y revistas, la publicidad y la industria del *software* de ordenador (OMPI, 2003).

En el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI) pueden encontrarse diversas cifras estimativas al respecto, principalmente de la década de los noventa, provenientes de estudios nacionales; estas varían entre el 1 % y el 6,7 % del PIB (véase el Cuadro 9.2, ya publicado en la primera versión de este documento en 2012).

En general, no es posible comparar la información del Cuadro 9.1 sobre industrias creativas

(economía naranja) con las cifras presentadas en el Cuadro 9.2, principalmente porque no corresponden a los mismos periodos de análisis. De todas maneras, es necesario tener cuidado al cotejar las cifras entre estos dos cuadros, ya que ambos corresponden en buena parte a compilaciones de estudios. Como ilustración cabe señalar que los datos de Venezuela se presentan para dos años diferentes (economía naranja en 2001: 1,6% del PIB; industria del *copyright* en 2002: 1,7% del PIB). La tentación de comparar estas cifras sin revisar las fuentes originales puede ser causa de error. Si bien en las distintas publicaciones se mencionan estudios del Convenio Andrés Bello de distintos años, la segunda fuente (estudio *La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución en el PIB*, CAB, 2005) contiene un cuadro (Cuadro 1, página 70) con una serie -de 1997 a 2002- sobre el aporte al PIB de las actividades económicas características de la cultura que precisamente contiene ambas cifras. Bien pueden ser estudios diferentes, bien pueden ser las mismas cifras clasificadas de manera distinta.

Con todo, una de las fuentes del Cuadro 9.2 permite una comparación, no tanto con las industrias creativas como con el PIB cultural, a partir del mismo conjunto de información. En 2009, la Cuenta Satélite de Cultura de España (CSCE) estimaba que la actividad económica de las industrias del *copyright* generaba aproximadamente el 3,6% del PIB y que el aporte de las actividades culturales alcanzaba el 2,8% del PIB, lo que indica que la medición de las primeras incluye un conjunto más amplio de actividades económicas.

Cuadro 9.2.

Iberoamérica (9 países): Impacto económico de las industrias protegidas por derechos de autor, distintos años

(En porcentajes del PIB del año correspondiente)

	Año/Periodo	Estimación
Argentina	1993	4,1 %
Brasil	1998	6,7 %
Chile	promedio 1990-1998	2,0 %
Colombia	2001	2,0 %
España	2009	3,6 %
Paraguay	promedio 1995-1999	1 % aprox.
Perú	2001	1,03 %
Uruguay	1997	6,0 %
Venezuela, Rep. Bol.de	2002	1,7 %

Fuentes: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay: *Estudio sobre la importancia económica de las industrias protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de Mercosur y Chile*, Universidade Estadual de Campinas, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), 2001. Colombia: *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, Ministerio de Cultura de Colombia, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003. España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Cuenta Satélite de Cultura. Perú: Universidad San Martín de Porres, Equipo del Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hostelería; *Impacto*

económico de la cultura en Perú, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2005. Venezuela: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Yesenia Medina, Yolanda Quintero Aguilar, *La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución en el PIB*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2005. La mayor parte de estas estadísticas están compiladas por el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI), <http://www.odai.org/>.

Las definiciones de la OMPI proveen de antecedentes que facilitan la visualización del mayor grado de amplitud que puede alcanzar una medición de las industrias protegidas por derechos de autor en comparación con mediciones más tradicionales de la actividad cultural, usualmente más acotadas (el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco provee de una conceptualización muy amplia también, principalmente al incluir como dominios transversales las actividades auxiliares de la cultura).

La OMPI clasifica las industrias relacionadas con el derecho de autor en cuatro grupos principales: industrias que dependen principalmente, industrias interdependientes, industrias que dependen parcialmente e industrias de apoyo.

Las **industrias que dependen principalmente del derecho de autor** serían aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido (pueden encontrarse más detalles en el Capítulo 1).

Las **industrias interdependientes del derecho de autor** son definidas como industrias que se dedican a la producción y venta de equipos cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido. Estas se pueden a su vez subdividir en industrias principalmente interdependientes e industrias parcialmente interdependientes.

Las industrias principalmente interdependientes comprenden la fabricación y la comercialización (venta y alquiler) al por mayor y al por menor de televisores, radios, magnetoscopios, reproductores de CD, reproductores de DVD, reproductores de casetes, equipos para juegos electrónicos y otros equipos similares, computadoras y equipos, e instrumentos musicales.

Las industrias parcialmente interdependientes del derecho de autor abarcan la fabricación y la comercialización al por mayor y al por menor de instrumentos fotográficos y cinematográficos, fotocopiadoras, material de grabación virgen y papel. La finalidad primordial de estas industrias es facilitar la utilización de productos con *copyright*, a través de dispositivos tecnológicos multifuncionales.

Las **industrias que dependen parcialmente del derecho de autor** son aquellas en las cuales solo una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido; puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta.

Por último, las **industrias de apoyo** son aquellas en que una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido. Estas industrias comprenden las ventas en general, al por mayor y al por menor, el transporte en general, y la telefonía e internet.

Un reciente estudio publicado por la OEA, titulado *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*, muestra estimaciones del OMPI del aporte de las industrias protegidas por derechos de autor, divididas en los cuatro grandes grupos antes mencionados. Aunque la información publicada incluye más países, principalmente del Caribe, aquí se optó por incluir solo los pertenecientes a Iberoamérica y otros tres de referencia: Canadá, Corea del Sur y Estados Unidos.

En los cuatro países de la región considerados³ el rango de aporte de las industrias protegidas por derechos de autor va entre el 2,7% y el 6,4% del PIB, no muy lejano al aporte estimado en Canadá. Sin embargo, las cifras se distancian de Corea del Sur (9,9% del PIB) y principalmente de las exhibidas por Estados Unidos (11,1% del PIB)⁴.

Cuadro 9.3.

Impacto de las industrias protegidas por derechos de autor en el producto interior bruto y en el empleo

(En porcentajes)

	Año	Participación total	Industrias que dependen principalmente	Interdependientes	Parcialmente dependientes	Industrias de apoyo	Participación en el empleo	Razón de participación en el PIB / en el empleo
Iberoamérica								
Colombia	2006 a/	3,30	1,05	0,80	0,30	0,40	5,80	0,6
México	2006	4,77	1,55	1,69	0,85	0,68	11,01	0,4
Panamá	2009	6,35	5,40	0,06	0,05	0,84	3,17	2,0
Perú	2009	2,67	1,23	0,28	0,02	1,14	4,50	0,6
Otros países								
Canadá	2002	5,38	3,99	6,96	0,8
Corea del Sur	2012	9,89	3,51	4,75	0,66	0,97	6,24	1,6
Estados Unidos	2011	11,10	6,36	2,25	0,22	2,27	8,19	1,4

Fuente: OMPI: *Contribution of Copyright Industries to GDP and Employment* (WIPO). Apéndice 5 del estudio de OEA (en colaboración con el BID y el British Council), *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*, Oxford Economics, 2013.

a/ El total no coincide con la suma de las cifras parciales.

³ Nótese que son los mismos valores que aparecen en el Cuadro 9.1, con más detalle.

⁴ En el estudio del BID se pueden apreciar las diferencias absolutas en las magnitudes de los recursos.

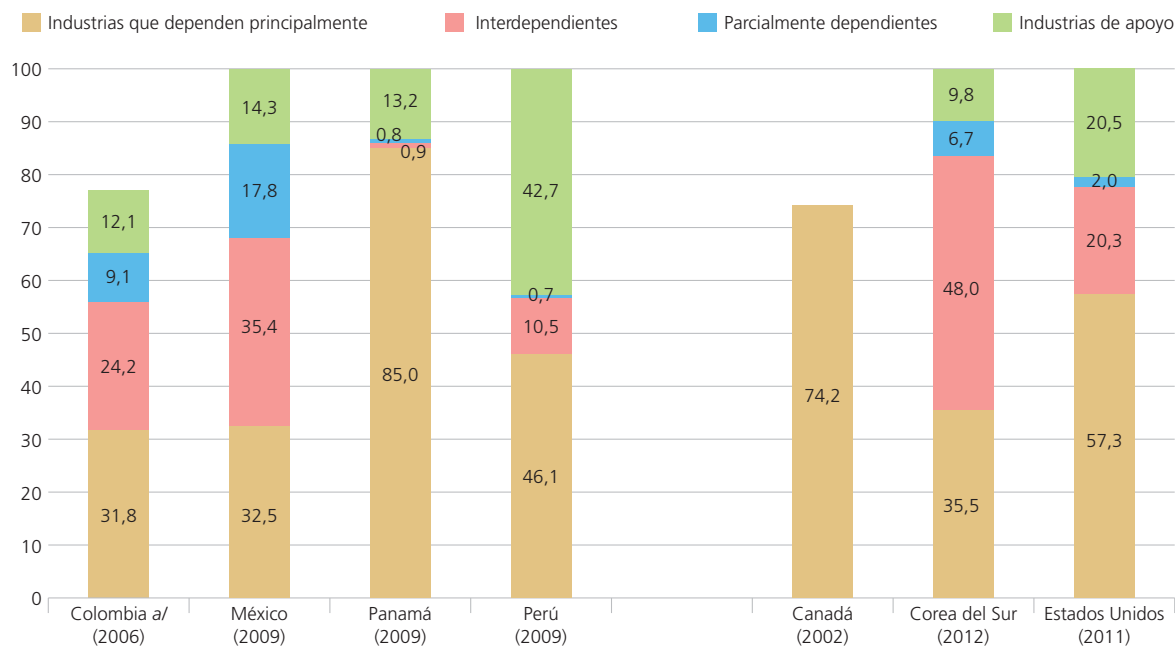
Tal vez lo más interesante del detalle de la información publicada en el estudio de la OEA es la descomposición del aporte al producto por tipo de industria (la información publicada en el estudio también incluye la descomposición de la participación en el empleo, pero aquí solo se transcribió la participación total en el mismo), que se muestra como participación porcentual en el Gráfico 9.1. En este se aprecia la gran variabilidad en la participación de los distintos tipos de industria. Cabe notar que en Colombia y México se da una composición relativamente similar a la de Corea del Sur, en Panamá una más parecida a Canadá, y en Perú se acerca a la composición registrada en Estados Unidos, con la salvedad del alto grado de significación de la industria de apoyo (casi el 43% del aporte del sector).

En la mayoría de los países registrados, las industrias principalmente dependientes de los derechos de autor son las más significativas, con las excepciones de México y Corea del Sur, donde el aporte mayor lo producen las industrias interdependientes (no se hace distinción en el estudio entre industrias principal y parcialmente interdependientes). En todos los países, las industrias que se consideran solo parcialmente dependientes del *copyright* tienen una significación menor.

Gráfico 9.1.

Significación de los diversos tipos de industrias relacionadas con las actividades protegidas por derechos de autor

(En porcentajes de la actividad total del sector)



Fuentes: OMPI: *Contribution of Copyright Industries to GDP and Employment* (WIPO). Apéndice 5 del estudio de OEA (en colaboración con el BID y el British Council), *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*, Oxford Economics, 2013.

a/ La suma de las cifras parciales no da como total cien por ciento.

9.3. El PIB cultural

En la región, existen diversas estimaciones del aporte de las actividades culturales a la actividad económica de los países. En función de distintos objetivos y con metodologías y fuentes de información nacional, las cifras publicadas en general siguen dos líneas: las iniciativas de desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura y el esfuerzo de estimación comparada que ha hecho el SICSUR.

Las iniciativas nacionales de desarrollo de Cuentas Satélites de Cultura (CSC) han dedicado esfuerzos para estimar el aporte de las distintas actividades ligadas a la cultura al producto interior bruto (el PIB cultural), entre otras actividades. En el Capítulo 3 se puede encontrar una caracterización con mayor detalle de las mismas, y en los diversos capítulos que contienen estadísticas se muestran cifras provenientes de las CSC.

Los países que cuentan con CSC, ya sea de larga data o más recientes, son Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, España, México y Uruguay. El Cuadro 9.4 muestra la estimación más reciente del PIB cultural en los países, sobre la base de las mediciones hechas en las respectivas cuentas satélites. No se incluyen datos de empleo ya que estos aparecen en el Capítulo 4.

Cabe señalar que, aunque en general las diversas CSC utilizan la misma metodología, los resultados no son comparables debido a que incluyen una cantidad variable de sectores culturales (véase el detalle en el Cuadro 3.1).

Cuadro 9.4.

Iberoamérica (siete países): el PIB cultural, a partir de las Cuentas Satélites de Cultura de los países

(En porcentajes y millones de dólares de 2005)

	Año	Contribución de las actividades culturales al PIB del país	En millones de dólares de 2005 d/
Argentina a/	2012	3,78	10641
Chile b/	2011	1,90	2970
Colombia c/	2007	1,78	2975
Costa Rica	2012	1,40	385
España	2011	2,70	31855
México	2011	2,70	26866
Uruguay	2009	0,93	196

Fuentes:

Argentina: Sistema de Información Cultural de la Argentina, en <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/csc/index.php>.

Chile: CNCA, *Memoria Consejo Nacional de la Cultura y las Artes 2010-2014*, en http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/Memoria_CNCA.pdf.

Colombia: DANE, Cuenta Satélite de Cultura, en <https://dane.gov.co/index.php/es/cuentas-economicas/cuentas-satelite/95-cuentas-nacionales/cuentas-satelite-/2842-cuenta-satelite-de-cultura>.

Costa Rica: MCJ, *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Primeras mediciones, 2013*, en <http://cuentasatelite-cultura.go.cr/wp-content/uploads/CSCCR-Primeras-Mediciones-documento.pdf>.

España: MECD, *Cuenta Satélite de Cultura en España: Avance de resultados 2008-2011* (base 2011), en http://www.mcu.es/culturabase/pdf/Cuenta_Satelite_de_la_Cultura_Avance_2008-2011.pdf.

México: CONACULTA, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Índice de cuadros, en <http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PORTADA.pdf>.

Uruguay: DICREA, DCN y MEC, *Hacia la Cuenta Satélite de Cultura, Uruguay, 2009*, en http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/38210/1/cuenta_satelite_web.pdf.

Para detenerse en las principales diferencias entre las distintas CSC, véase el Capítulo 3 y, en particular, el Cuadro 3.1, que muestra los diferentes sectores culturales incluidos en cada país.

a/ La estimación realizada corresponde al valor agregado bruto cultural (VAB) a precios constantes de 1993. El dato para 2012 es provisional.

b/ La cifra corresponde a una aproximación del PIB en el marco de la construcción de la Cuenta Satélite de Cultura en Chile.

c/ La cifra corresponde a la cuenta de producción de las actividades culturales agregadas y participación de la cultura en el PIB nacional para 2007 (base 2000). La serie 2005-2010, con base en 2005, aún no cuenta con resultados totales.

d/ Cálculos realizados utilizando la contribución porcentual al PIB, aplicada a su expresión en dólares de 2005.

Teniendo en consideración dichas diferencias, en Argentina se estimó que para 2012 las actividades culturales de doce sectores involucraban recursos equivalentes a casi el 3,8% del PIB. Esta es la estimación más alta entre los siete países que tienen una CSC. Le siguen España (seis sectores) y México (diez sectores), ambos con una estimación del aporte cultural de 2,7% del PIB; luego aparece Chile, con una estimación para ocho sectores que ronda el 1,9% del PIB; siguen Colombia, con una estimación de aporte de casi 1,8% del PIB (y que incluye seis sectores), y Costa Rica, cuyas primeras estimaciones, que abarcan solo tres sectores (editorial, audiovisual y publicidad), alcanzan el 1,4% del PIB en 2012.

Por otro lado, también el Sistema de Información Cultural de Mercosur (SIC SUR), que cuenta con la participación oficial de los ministerios de Cultura de los países que lo conforman, ha compilado estadísticas sobre cultura y su aporte económico. Según dicha información, el aporte económico en actividades de edición, impresión y reproducción de grabaciones era en promedio del 0,54% del PIB, con un aporte máximo de casi el 0,9% del mismo en Venezuela. El aporte originado en el desarrollo de actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas era más alto, del 1,48% del PIB, con una oscilación de entre el 0,5% del PIB en Ecuador y el 3,8% en Bolivia. En total, según esta fuente, el PIB cultural (incluye los dos grandes sectores mencionados) es en promedio del 2,02% del PIB total, con márgenes que van desde el 0,98% en Colombia y Ecuador a más del 4,2% en Bolivia (véase el Cuadro 9.5).

Cuadro 9.5

América Latina (diez países): PIB cultural, distintos años

(En porcentajes del PIB del año correspondiente)

	Último año disponible	Grupo 22 c/	Grupo 92 d/	Total
Argentina	2011	0,64	2,03	2,67
Bolivia	2007	0,46	3,76	4,22
Brasil	2006	0,64	0,62	1,26
Chile a/	2011	0,35	0,59	0,94**
Colombia	2011	0,41	0,57	0,98
Ecuador	2009	0,49	0,49	0,98
Perú	2011	0,62	1,23	1,85
Paraguay b/	2010	0,40	3,45	3,85 *
Uruguay	2008	0,51	1,38	1,89
Venezuela, Rep. Bol. de	2003	0,89	0,69	1,58
Promedio simple de los países		0,54	1,48	2,02

Fuente: Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR), <http://www.sicsur.org/>, sobre la base de información oficial de los países.

a/ La fuente SICPY y los datos son homologados.

b/ El dato es provisional; el último año con estimación oficial es el 2010.

c/ Grupo 22: Actividades de edición e impresión y reproducción de grabaciones: edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones; edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas; edición de grabaciones; actividades de impresión, actividades de servicios relacionadas con la impresión y reproducción de grabaciones.

d/ Grupo 92: Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas: actividades de cinematografía, radio y televisión y otras actividades de entretenimiento; actividades de agencias de noticias; actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales; actividades deportivas y otras actividades de esparcimiento.

* Fuente: Paraguay. SICPY, datos homologados.

** Dato provisorio. Último año oficial: 2010.

En síntesis, las estimaciones respecto de la aportación de la industria cultural, de la industria creativa, de la industria protegida por derechos de autor o de la actividad cultural más en general indican que el sector varía entre aproximadamente el 1% y el 8% del PIB. Naturalmente, en la medida en que se amplían las definiciones, la significación de la cultura aumenta, aún más cuando en los diversos sectores que la componen se incluyen las actividades de apoyo y las actividades conexas, como el deporte, la recreación y el turismo. En conjunto, el circuito económico de estas actividades de creación, producción, exhibición, difusión o distribución, y consumo y participación culturales es múltiple, genera una gran cantidad de empleos, exportaciones e importaciones, y dinamiza fuertemente las economías de los países. La cultura parece ser un sector que, en lo que a aspectos económicos se refiere, tiene un dinamismo orientado actualmente a la expansión, reimpulsado por la creciente adaptación de las empresas a la penetración de las tecnologías de la información y la comunicación, aunque también tiene comportamientos cíclicos respecto de la economía en general.

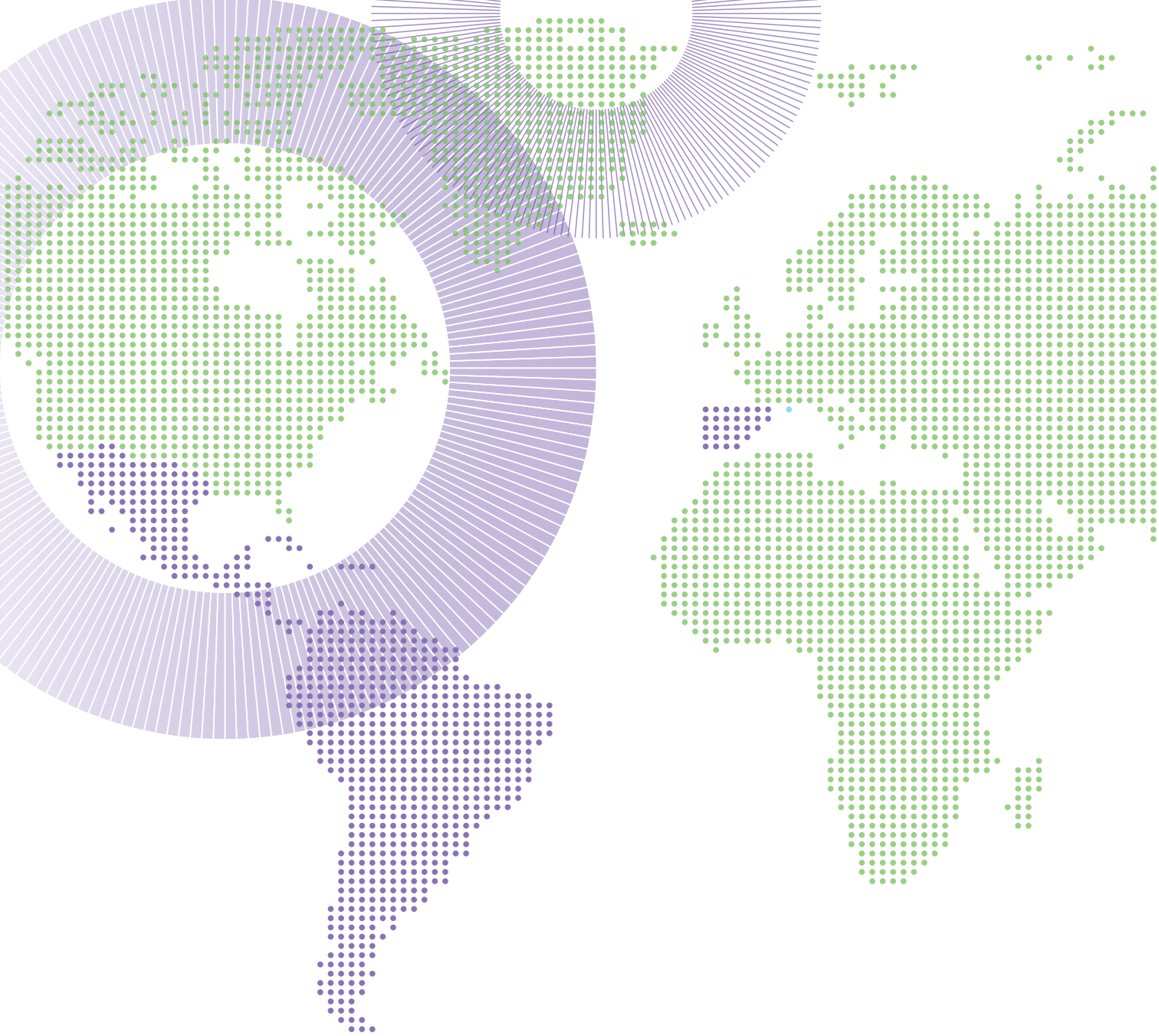
Por otro lado, como se ha podido apreciar a lo largo de este capítulo, existen variadas estimaciones acerca del valor de la cultura en relación con el producto interior bruto de los países (además de la variedad de indicadores económicos y no económicos).

Dichas estimaciones no suelen ser totalmente comparables debido a que utilizan definiciones y aproximaciones diferentes. Con todo, cabe destacar las iniciativas de construcción de las Cuentas Satélites de Cultura (CSC) en la región, que por lo general utilizan conceptos y metodologías compatibles (el *Manual* del Convenio Andrés Bello y, en menor medida, aunque también compatible, el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco). La salvedad principal que hay que hacer al respecto de este tipo de fuentes, en el momento de hacer un análisis conjunto, es la distinta cantidad de sectores que incluye cada CSC, variedad motivada principalmente por la escasez y falta de fiabilidad o precisión de las fuentes de información primaria que se deben utilizar al hacer las operaciones.

En este sentido, es necesario seguir fortaleciendo la iniciativa de las CSC, lo que incluye reforzar la especialización y la continuidad de los equipos nacionales que las llevan a cabo, a la vez que realizar esfuerzos nacionales para mejorar los instrumentos primarios de medición (regularidad, tamaño de las muestras, desagregación y actualización de los clasificadores utilizados, facilidad de acceso dentro de los márgenes que impone el secreto estadístico) que permitan luego hacer las mediciones en el marco de los Sistemas de Cuentas Nacionales (SCN) de los países. Los países están realizando un notable esfuerzo para actualizar los SCN tanto en su base como en las versiones que utilizan.

Por otro lado, sería deseable que las iniciativas regionales o subregionales de generación de estadísticas y análisis comparados estuvieran estrechamente vinculadas con los equipos nacionales, aun cuando no fuera factible hacera estos copartícipes de las mismas. De esta forma sería posible no solo generar estadísticas realmente comparables (no solo en apariencia), sino también promover el intercambio de experiencias, buenas prácticas y cooperación horizontal (actualmente liderado por Argentina y Colombia en torno a la construcción de CSC).

Entretanto, es necesario ser cuidadoso al comparar cifras entre países, toda vez que la compilación de las mismas a partir de múltiples fuentes de información, y después de reunir las en un conjunto sintético de tablas y gráficos sin mayores especificaciones, suele inducir a los lectores a leer según un criterio común informaciones de naturaleza diferente.



RECOMENDACIONES PARA LA POLÍTICA CULTURAL

En la actividad cultural concurren múltiples actores, de todos los niveles y tamaños, cada uno con sus propias capacidades e intereses. Desde el artista y el creativo, y el artesano y el gestor cultural hasta la industria cultural y creativa, donde conviven, a veces en malas condiciones, pequeñas empresas y grandes grupos con operaciones a nivel internacional. Desde la editorial y la casa discográfica hasta los consumidores, pasando por vendedores de tienda, diseñadores web de ventas *online* y, muchas veces, redes de piratería. Desde el animador de televisión, el actor, el periodista y el comentarista hasta el telespectador adulto, juvenil o infantil; desde el fabricante de dispositivos electrónicos, el reparador de radios, el programador de computadoras, el diseñador y el publicista hasta la teleaudiencia. Todos concurren y participan de una u otra forma en las diversas etapas del ciclo cultural de creación, producción, difusión, exhibición, transmisión, recepción, participación y consumo.

Pero en esta concurrencia no todas las relaciones que se establecen entre los distintos actores favorecen la expresión, la participación y el desarrollo en condiciones equitativas. Los grados de concentración de la actividad –principalmente en la industria audiovisual y de medios y en la industria editorial y la prensa–, así como los altos niveles de desigualdad en la participación y en los consumos culturales, afectan el modo de participación de los actores en las distintas etapas de dicho ciclo cultural, lo que genera fuertes segmentaciones económicas y sociales y, en definitiva, circuitos económicos en el sector de la cultura que funcionan a distintas velocidades.

En los actuales modelos de funcionamiento económico de la mayoría de los países de la región, el único actor que tiene la capacidad y la función de tener una mirada global de esta y otras actividades es el Estado. En buena medida la capacidad y posibilidad de regulación, intervención y participación activa a largo plazo dependerá del grado de desarrollo y especialización del sector público en cada uno de los países, pero también de las voluntades políticas y de la forma de concebir la actividad cultural. Sin duda, es el Estado el único capaz de nivelar el campo de juego en que se desenvuelven los distintos actores, tarea que no solo pasa por establecer reglas y acciones positivas en torno a los agentes más débiles, sino también en tener un papel relevante en el fomento de las diversas actividades y espacios de creación y participación. Todo esto no implica solamente una visión del quehacer cultural, sino también una visión del quehacer del Estado. Sea cual sea la política cultural que se promueva, es importante tener conciencia de los

distintos ámbitos de acción posible y de las posibles sinergias o trabas que se pueden generar entre dichas líneas de acción, tanto las explícitas como aquellas que funcionan por omisión.

Aunque este documento se centra en las políticas culturales públicas y activas, hay que tener en cuenta que lo más importante es lograr el equilibrio para un desarrollo sano de los distintos sectores culturales y de los actores –locales, nacionales, internacionales; grandes, medianos, pequeños; públicos, privados, instituciones sin fines de lucro; de estratos altos, medios y bajos; de grupos étnicos y lenguas mayoritarias y minoritarias, entre otras distinciones– que en ellos participan.

Aunque las recomendaciones no solo atañen al Estado y la política cultural, asignan a este una función activa y reguladora, de patrocinador y de promotor del mecenazgo, con pensamiento estratégico y previsión suficiente para dar margen de acción a los restantes actores para que estos puedan desarrollar todas sus capacidades de creación, difusión, digitalización, patrocinio, mecenazgo, etc.

10.1. Estado y Gobierno

► El papel del Estado

En la región, el Estado actualmente funciona como proveedor; es decir, en la mayoría de los países es el que financia una parte significativa la cultura. Estos «Estados patrocinadores» son el modelo habitual en la región salvo por algunas excepciones en las que los Gobiernos han logrado generar sistemas significativos de financiamiento compartido con los entes privados, aunque sigan siendo los que más dinero entregan a los proyectos (véase el Capítulo 7, Apartado 7.6).

Es claro que sin el impulso estatal no podrían llevarse a cabo muchos de los proyectos, pero también lo es el hecho de que el Estado es el responsable de incentivar la inversión de entes privados en áreas en ocasiones de rentabilidad económica variable aunque de alta rentabilidad social, como las artes o las presentaciones y celebraciones (por ejemplo, festivales), de manera que se pueda expandir la actividad cultural a más lugares y a más proyectos. Lo anterior, obviamente, no puede ser en alianza exclusiva con las grandes empresas, sino también con las micro-, pequeñas y medianas empresas. En todo caso, con un horizonte claro: el ejercicio pleno de los derechos culturales de los ciudadanos y, en definitiva, la democratización de la cultura.

► El aumento de los presupuestos públicos de cultura

Entre las metas y programas de acción para construir un espacio cultural iberoamericano acordadas en la X Conferencia Iberoamericana de Cultura (Valparaíso, Chile, julio de 2007), se en-

cuentra la de destinar al fomento de la cultura, de forma progresiva, un mínimo del 1% del presupuesto general de cada Estado.

Algunos países ya han cumplido esta meta, como Costa Rica, Cuba, España y Portugal. Y, sin duda, hay otros que, sin haberlo hecho aún, tienen la mejor disposición para cumplir con este acuerdo. Otros requerirán no solo hacer esfuerzos importantes por incrementar los recursos públicos destinados a cultura –cumplan o no la meta–, sino también fomentar el aumento de la participación privada en los proyectos culturales nacionales y movilizar la cooperación internacional, tanto la tradicional como la relativamente incipiente cooperación sur-sur.

Tomando como horizonte el año 2021, se deberían aumentar los recursos destinados a la cultura en un poco menos de 10 000 millones de dólares a nivel regional. Esta cifra equivale a un 0,42 % de los presupuestos totales y a un 0,13 % del PIB actual. En términos reales, alcanzar la meta significaría un aumento anual fijo de 1348 millones de dólares para el total de la región, o una tasa de crecimiento anual del 7,1%. No cumplir el compromiso solo permitiría disponer en la región, en el año 2021, de algo más de 2400 millones de dólares adicionales a los casi 12 245 actuales.

Cuadro 10.1.

Iberoamérica (veintiún países): costo de alcanzar la meta de tener un gasto público cultural equivalente al 1% del presupuesto público total, alrededor de 2013, proyección al año 2021

Año	Recursos disponibles en torno a 2013					Recursos necesarios para cumplir meta presupuestaria							
	Gasto público en cultura					Recursos faltantes		Recursos públicos totales con presupuesto cultural actual b/			Proyección al año 2021		Tasa de crecimiento anual del gasto en cultura para cumplir meta
	En millones de dólares de 2005	Como porcentaje del gasto público total a/	Como porcentaje del PIB	Como porcentaje del presupuesto total	Como porcentaje del PIB	Como porcentaje del PIB	Tasa promedio anual de crecimiento del PIB 2013-2021	Recursos públicos totales con presupuesto cultural	Tasa promedio anual de crecimiento del PIB de 1% para cumplir meta	Incremento absoluto promedio anual para cumplir meta			
								En millones de dólares de 2005					
Argentina	170,2	0,71	0,06	0,29	0,02	3,3	226	317	11	4,3			
Bolivia, Est. Plur. de	23,5	0,41	0,17	0,59	0,24	5,4	36	87	6	11,7			
Brasil	2027,7	0,28	0,18	0,72	0,45	2,6	2552	9004	806	17,1			
Chile	133,7	0,38	0,08	0,62	0,13	4,3	196	519	40	13,0			
Colombia	126,0	0,22	0,06	0,78	0,21	4,4	178	804	78	20,7			
Costa Rica	68,7	1,23	0,24	...	-	4,2	96	96	-	-			
Cuba	519,0	1,87	0,91	-	-	3,8	741	741	-	-			
Ecuador	79,1	0,38	0,14	0,62	0,23	4,9	116	305	24	12,9			
El Salvador	14,7	0,40	0,08	0,60	0,11	2,0	17	43	3	12,1			
España	6581,0	1,28	0,56	-	-	1,7	7326	7326	-	-			
Guatemala	20,5	0,40	0,06	0,60	0,09	3,3	27	67	5	12,2			
Honduras	3,9	0,13	0,03	0,87	0,20	3,0	5	37	4	28,9			
México	1069,6	0,42	0,11	0,58	0,15	3,7	1502	3541	255	11,3			
Nicaragua	4,1	0,96	0,05	0,04	0,00	4,3	6	6	0,03	0,5			
Panamá	25,0	0,20	0,08	0,80	0,32	9,0	50	249	25	22,3			
Paraguay	3,2	0,06	0,03	0,94	0,41	6,4	6	94	11	40,8			
Perú	115,4	0,43	0,09	0,57	0,11	5,4	176	410	29	11,1			
Portugal	1078,9	1,21	0,57	-	-	1,3	1176	1176	-	-			
Rep. Dominicana	35,3	0,32	0,07	0,68	0,14	4,4	50	157	13	15,5			
Uruguay	29,4	0,56	0,11	0,44	0,09	5,2	44	78	4	7,5			
Venezuela, Rep. Bol. de	115,8	0,34	0,06	0,66	0,12	1,4	129	383	32	14,6			
Iberoamérica	12244,8	0,58	0,18	0,42	0,13	3,0	14654	25439	1348	7,1			

Fuentes: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base de información oficial de los países. Las proyecciones de crecimiento 2014-2018 son de The Economist Intelligence Unit (EIU, www.eiu.com). Las restantes cifras corresponden a un promedio de los cuatro años de crecimiento anteriores; este procedimiento también se ha aplicado a los países donde la EIU no hizo proyecciones.

a/ Gasto público total observado en torno a 2013, según fuentes oficiales, correspondiente a la cobertura institucional señalada en el Cuadro 6.1.

b/ Se refiere a la participación observada, en torno a 2013, del gasto público total en cultura como porcentaje del gasto público total, y de este con respecto del PIB. El último está proyectado sin modificaciones a 2021, de acuerdo con las tasas anuales de crecimiento señaladas en la columna anterior.

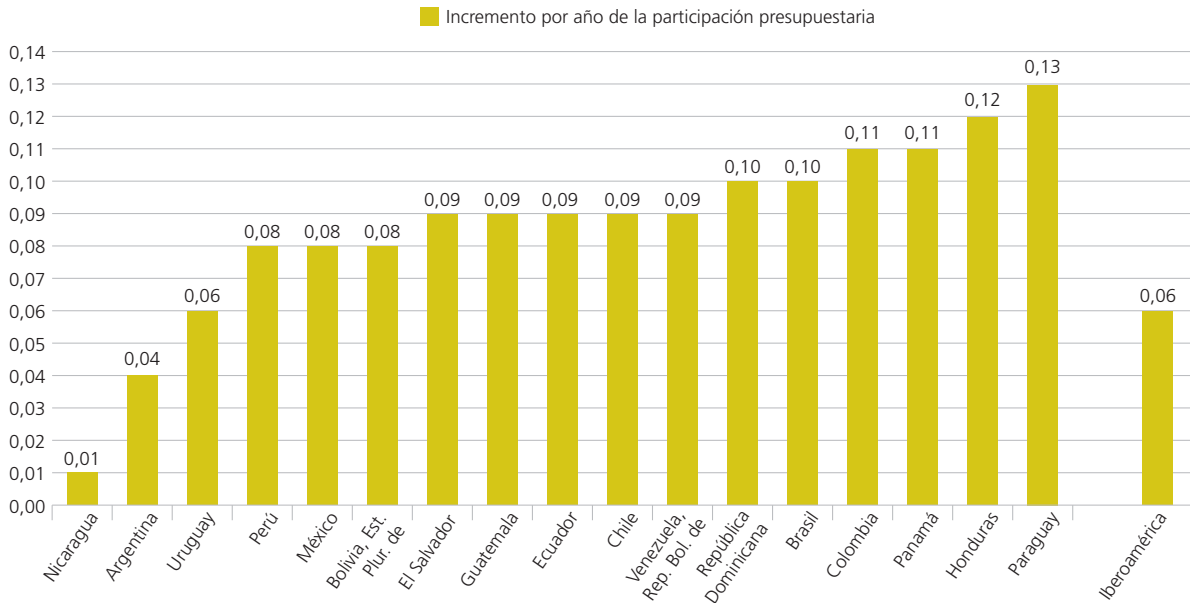
c/ Suponiendo que se mantenga la prioridad económica del gasto público respecto del PIB en torno a 2013. Las cifras de Costa Rica, Cuba, España y Portugal suponen que la participación presupuestaria actual del gasto en cultura respecto del gasto total sigue siendo superior al 1 % del mismo.

Evidentemente, hay países que requieren hacer un esfuerzo mayor que el promedio. Sin embargo, si se considera un crecimiento promedio anual en la región del 3,0 % (columna 6) y que además se mantenga el nivel de gasto público total en relación con el PIB en los próximos siete años (entre fines de 2014 y fines de 2020, momento en que tradicionalmente se acuerdan los presupuestos nacionales) se requeriría aumentar el nivel de gasto público en cultura en aproximadamente 1348 millones de dólares por año, para llegar a un presupuesto cultural regional de 25 439 millones de dólares, cifra que representa la meta del 1 % del gasto en cultura para 2021.

De esta forma, se observa que, para la mayoría de los países de la región, alcanzar la meta establecida es relativamente sencillo si se realizan los esfuerzos necesarios para aumentar los presupuestos culturales. Por otro lado, este incremento no afectaría significativamente los presupuestos totales, ya que implicaría en promedio un aumento del 0,42 % del presupuesto total, un incremento que debería alcanzarse de forma paulatina. De acuerdo con este aumento total necesario para el 2021, en los próximos años sería necesario acordar el aumento de la participación en el presupuesto público en un 0,06 % anual en los próximos siete ejercicios presupuestarios.

Gráfico 10.1.

Iberoamérica (diecisiete países): Participación adicional por año que debería tener el gasto público en cultura respecto del gasto público total para alcanzar la meta de tener un gasto público cultural equivalente al 1% del presupuesto público total, 2014-2020



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); estimaciones sobre la base del Cuadro 10.1.

Como puede observarse, en términos regionales y para la mayoría de los países, es factible alcanzar esta meta con esfuerzos relativamente sencillos para incrementar los presupuestos culturales, que no afectarían de modo significativo a los presupuestos totales. En los países en que los incrementos suponen una movilización significativa de recursos siempre escasos sería posible establecer alianzas de cooperación bilateral o multilateral que facilitarían la identificación de fuentes adicionales de recursos. Esto incluye aquellos que se puedan canalizar a través de un fondo solidario para la cooperación cultural, siempre que exista el compromiso del país de realizar esfuerzos propios a la par de los esfuerzos internacionales.

► Institucionalidad pública

En los últimos años, los países de la región le han prestado atención desigual al desarrollo de la institucionalidad cultural. Los esfuerzos no han sido uniformes ni homogéneos, y han estado determinados por el contexto histórico de cada país. Por otro lado, se han visto niveles crecientes de participación de la sociedad civil, además de una tendencia a generar políticas que estructuren y definan la actuación institucional.

En términos de organización institucional, el modelo ministerial es el predominante en Iberoamérica, con jefes institucionales (ministros, secretarios) elegidos directamente por el Ejecutivo. Esto demuestra que los cambios institucionales en este ámbito han intentado dar mayor relevancia al tema cultural otorgando mayores atribuciones a quienes dirigen estas entidades; cabe señalar, no obstante, que las políticas culturales no necesariamente aparecen de forma explícita en las planificaciones gubernamentales.

En cuanto a la autonomía que estos organismos tienen, se ven principalmente políticas centralizadas, con algunas excepciones como Chile, Perú y Venezuela, que tienen organismos autónomos en cada región o distrito. El modelo español es quizás el más descentralizado, de acuerdo con su organización en comunidades autónomas. La misión que han asumido estos organismos ha estado dirigida a crear un marco legal que regule las diferentes facetas de la actividad cultural, darles valor a las industrias culturales nacionales, a la promoción de la diversidad cultural y a la integración regional (subnacional) de la cultura.

Lo anterior apunta a la necesidad de seguir fortaleciendo la institucionalidad cultural, no solo por dar rango ministerial a los altos responsables de la política pública en cultura. Si se fusionan varios sectores dentro de un mismo ministerio, hay que cuidar que los restantes sectores sean política o socialmente más relevantes que el de la cultura, ya que esta suele quedar relegada a un segundo plano político y, naturalmente, presupuestario. Por otro lado, aun fortaleciendo el sector cultural a través de la dotación de rango ministerial, es necesario otorgar cierta autonomía a los organismos subnacionales para que dicha gestión pública cultural pueda responder con mayor rapidez y adaptación a los requerimientos y manifestaciones culturales específicos de cada región, departamento o provincia.

► Políticas públicas

No hay duda de que es relevante lograr una mejora en las políticas de cultura: hay varios ámbitos que no están debidamente reglamentados; hay políticas vigentes que no se ajustan a los requerimientos de los países, simplemente porque las visiones en materia cultural han cambiado en los últimos años a nivel regional. Las instituciones han ido cambiando para fortalecer la presencia de la cultura y hacer pública su influencia en las economías. Considerando lo anterior, para continuar el proceso, es necesario que las políticas incorporen las modificaciones necesarias para adaptarse a las nuevas exigencias.

A pesar de tener una herencia cultural particularmente rica y variada y un mercado potencial de 650 millones de personas de habla luso-hispana, las industrias creativas están comparativamente poco desarrolladas en la mayoría de los países de la región. Entre los principales obstáculos para su desarrollo, figuran las restricciones financieras que caracterizan sus economías,

la fragmentación regional, la volatilidad de sus mercados, los elevados índices de piratería y la altísima concentración de la industria, por encima de los niveles internacionales, que ya son elevados. Esto es notorio especialmente en el caso de las industrias musical y cinematográfica, donde productores de cine y música independiente deben competir contra el control de la distribución por parte de enormes conglomerados internacionales del entretenimiento.

Para aprovechar el tamaño de un mercado regional directamente accesible para las industrias culturales de la región, se justifica apoyar iniciativas que busquen una coordinación o cooperación regional o la consolidación de un sello característico de la producción cultural que llegue simultáneamente al público local y regional. Pueden contribuir, en este sentido, festivales de cine, teatro y música, etc., que busquen la difusión de artistas latinoamericanos en los países vecinos.

Los canales de difusión de distintos sectores de las industrias culturales están a menudo bajo el control de grandes grupos del entretenimiento. Como se señalaba, esto es particularmente cierto para la industria discográfica y cinematográfica –y una tendencia creciente en el campo editorial–, que por su peso pueden imponer para sus productos, a radios y cadenas de cines, un trato preferencial (cuando no exclusivo) durante fechas clave como Navidades o vacaciones escolares. Así, el acceso a los medios de comunicación masivos es casi imposible para artistas independientes (sellos, directores de cine, literatos, etc.), que cumplen una función sustancial para la diversidad cultural de sus países. Esto es particularmente grave a raíz del hecho de que el acceso a sus potenciales audiencias sea un elemento que determina las posibilidades comerciales. Aunque por lo general esto se suele justificar por esas mismas razones comerciales («lo que la gente quiere»), en muchas ocasiones las exclusiones de «lo local» se negocian en condiciones evidentemente discriminatorias y aprovechando la capacidad de mercado de los grandes actores internacionales. En este plano, podrían resultar útiles mejores instituciones de protección de la competencia. Unas cuotas mínimas de producción local en las carteleras y en la programación radiofónica podrían ayudar a contrarrestar este tipo de prácticas desleales.

Sin embargo, estrategias de este tipo deben estar cuidadosamente diseñadas para evitar resultados indeseados, por ejemplo, que las cuotas sean cubiertas por un mismo artista nacional, que es proyectado una y otra vez, incluso aunque esto signifique la estigmatización de artistas nacionales por parte del público. También se deben aplicar, cuando existan, mecanismos de antitrust como los que con frecuencia se emplean en países más desarrollados, como Estados Unidos. Soluciones menos intervencionistas, como incentivos pecuniarios a radios, cines o canales de televisión que se comprometan a aumentar la exposición de material nacional, son y han sido utilizados con frecuencia en diversos países de la región.

Una política a más largo plazo para revalorizar las culturas nacionales –y así no solamente aprovechar una mayor internalización de sus externalidades por el público, sino también multiplicar

las posibilidades de crecimiento de la industria en el tiempo-, consiste en «capacitar a la demanda», es decir, promover el gusto por la cultura en general a través de programas escolares que incorporen un mayor acercamiento a la experiencia cultural. Vivir en carne propia el baile, la música o la pintura contribuye a la formación del gusto, al respeto por estas actividades y a un mejor conocimiento de la riqueza del patrimonio nacional.

Parecen bastante pertinentes las recomendaciones de algunos expertos que recuerdan la importancia de los eslabones medios de la cadena de producción cultural, particularmente el *marketing*, la promoción y la distribución. En este plano surge todo un abanico de posibilidades que apuntan a utilizar más eficientemente los esfuerzos públicos (capacitación de recursos humanos y financiamiento) y a alejarse de –o complementar– los patrones tradicionales de subsidios a los artistas o intervenciones con minoristas, consumidores o difusores (extremos de la cadena) para centrarse en políticas más proactivas dirigidas a estos *inputs* intermedios. Como para otros sectores industriales intensivos en nuevas tecnologías, esto puede consistir en políticas que favorezcan la modernización del parque tecnológico cultural –desgravando importaciones de maquinaria– y el acceso a créditos de inversión o a fondos públicos por concurso.

Pero la creación de incentivos, mecanismos reguladores y diseño de estrategias requiere una mayor movilización por parte del Estado. Algunos de estos elementos de movilización del Estado han sido propuestos por Argentina través de la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional:

- Apoyar y promover las instancias de programas y proyectos que prioricen iniciativas de democratización y acceso a los bienes culturales, en especial aquellas vinculadas a los medios de comunicación como herramientas de difusión de la producción cultural.
- Impulsar la integración y el respeto a la diversidad cultural en el marco de las estrategias de desarrollo sostenible, mediante programas y planes de estímulo a la producción y el acceso a los bienes culturales.
- Proponer instrumentos de política cultural que prioricen la implementación de los derechos culturales consagrados en la norma fundamental y propiciar acciones que garanticen el libre ejercicio y el acceso a los bienes culturales.
- Proponer estudios diagnósticos sobre las políticas culturales y la incidencia de la cultura en el desarrollo económico a nivel regional y nacional, y proponer la formulación de planes estratégicos regionales y locales.
- Incrementar los convenios e intercambios internacionales para la capacitación y la ampliación de los programas de becas y ayudas, así como los intercambios con universidades e instituciones extranjeras.
- Contribuir a la formación y capacitación de recursos humanos para la gestión cultural y artística en un marco de cooperación entre áreas subnacionales.

- Formular acciones que tiendan a la valorización económica y política de la cultura en su contribución al desarrollo sostenible.
- Propiciar evaluaciones de impacto de la producción cultural sobre los indicadores nacionales.
- Formular propuestas de desarrollo o actualización de las normativas vinculadas con la gestión cultural, en especial con lo relativo a leyes de cultura, derechos de autor, circulación de bienes culturales y toda otra iniciativa relacionada con la defensa de los derechos culturales, en especial de grupos minoritarios o pueblos originarios.

► La modernización de los programas educativos

Es posible que, históricamente, la cultura se haya concebido como sinónimo de lo que hoy se suele llamar «alta cultura». En este sentido, se pensó que las suyas eran manifestaciones difícilmente popularizables. Hoy en día hay, por una parte, una concepción más amplia y variada de lo que son manifestaciones culturales y, por otra, con la extensión de la educación a todos los ciudadanos, se tiende a pensar que cualquier manifestación cultural puede ser disfrutada por todos. Las dificultades provienen de las carencias educativas o de la dificultad de acceso. De ahí el importante papel que debe representar la educación también en este sentido.

Esta democratización creciente de las manifestaciones culturales ha incrementado de manera notable la demanda de estos bienes y, en consecuencia, del número y tamaño de las instituciones que los crean y distribuyen. En este sentido es importante también que se potencien mejores programas para el desarrollo de profesiones y oficios culturales, con contenidos modernizados acordes a los grandes cambios y mutaciones que han sufrido las industrias culturales y creativas.

Con respecto a lo primero, se ha hecho patente la necesidad de involucrar a los niños en edad escolar en las expresiones culturales de sus propios países, pero también en las de la cultura regional y en aquellos aspectos que unen a América Latina con el Viejo Mundo. La promoción de la cultura en general ha sido incentivada por las propias escuelas llevando a los estudiantes a obras de teatro y danza, organizando excursiones por los lugares históricos más emblemáticos, etc., pero es necesario que haya algo más que iniciativas puntuales (o masivas pero inorgánicas). Esto debería transformarse en una política general de Estado. Los ministerios de Educación en colaboración con los de Cultura (en los casos en que sean distintos) deberían generar políticas que conduzcan a una mayor integración de las enseñanzas artísticas y creativas en todos los niveles educativos (primaria, secundaria y terciaria). Es necesario potenciar identidades no solo como pueblos sino también como región, y para eso hay que aunar medios, elaborar componentes comunes dentro de los programas educativos y promover la cultura iberoamericana con sus aspectos comunes y sus diversidades.

En cuanto a lo segundo, dado el crecimiento de las industrias culturales, creativas y de *copyright* en tamaño, en número y en volumen de ventas, así como la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la constante presión para la innovación y adaptación a la cultura digital, se ha vuelto importante tener profesionales preparados y en formación continua. En este sentido, se crea la necesidad de mejorar los programas educativos culturales, creativos y relacionados (actuación, audiovisual, museología, ingenierías, diseño, fotografía, entre otras áreas), para formar mejor a los profesionales, incentivar el estudio de carreras en este campo y promover el aprendizaje continuo y la adaptación a los cambios asociados a las TIC. Sin duda, se requiere crear nuevas especialidades que respondan a los nuevos requerimientos que surgen en esta materia. Se debe intentar preparar de la mejor forma a los nuevos profesionales para los desafíos venideros a nivel nacional e internacional en términos de crecimiento empresarial, orientación de mercado, creatividad, habilidades de comunicación, trabajo en red, formación de equipos, gestión cultural, gestión de la propiedad intelectual, *fundraising* (recaudación de fondos) y fomento de las TIC. En conjunto, es tan relevante promocionar las profesiones culturales entre los jóvenes como el intercambio y la movilidad estudiantiles entre los países de la región.

► Desarrollo del Sistema Estadístico Nacional para el sector cultural

Dentro de las actuaciones primordiales se encuentra claramente el fortalecimiento de los Sistemas Estadísticos Nacionales (SEN) en torno a la medición y generación de estadísticas en distintas dimensiones de la actividad cultural.

A lo largo de los diversos capítulos del presente documento se ha podido observar el grado de fragmentación de la información estadística asociada a las actividades culturales, en lo referido tanto a la información económica o monetaria como a la no monetaria.

Los distintos Estados, a través de sus organismos de cultura, son los responsables de llevar registro del financiamiento y el apoyo que se le da a la variedad de proyectos que son presentados en la materia. Hasta ahora hay varios países que aún no sistematizan esto, por lo cual carecen de información sobre cuántos proyectos son financiados, de qué manera y de dónde provienen los recursos. El estudio se dificulta más aún si los proyectos reciben financiamiento privado ya que si el dato es voluntario tal información no queda registrada, salvo en los países en que se declara para la deducción de impuestos; y aun así quedan muchos aportes sin registro.

Varios de los países tienen Cuenta Satélites de Cultura (CSC) o están en proceso de elaboración de las mismas. Uno de los principales problemas en el desarrollo de CSC tiene que ver con las limitaciones en el acceso a información estadística en cada país, lo que obstaculiza la construcción de instrumentos comparables a nivel internacional. Las CSC, así como los sistemas de in-

formación cultural, se han construido sobre la base de las estadísticas disponibles, que en este sector no suelen ser muchas. En esta línea, uno de los principales esfuerzos que deben realizar los países es el de actualizar sus sistemas estadísticos culturales. Es necesario fortalecer las estadísticas básicas y los años base de las cuentas nacionales (que en algunos casos pueden tener más de treinta años). A la vez, existe la necesidad de que los países actualicen sus clasificaciones para poder realizar las desagregaciones pertinentes para la medición del sector, lo que supone la implantación de versiones más recientes de los Sistemas de Cuentas Nacionales.

Por otro lado, es importante el trabajo de delimitación conceptual y práctica de las industrias culturales y creativas, especialmente en aquellas en las que solo una parte corresponde a la producción cultural. Por ello se hace necesaria la construcción de un marco global, o acuerdo sobre alguno de los ya existentes, que se adapte a las necesidades y particularidades de cada país sin perder la capacidad de comparación. Para esto, se debe trabajar en conjunto, compartiendo las experiencias relevantes.

Además, en los últimos años ha crecido el número de encuestas de participación y consumo cultural de la población (ECC). Es visible la necesidad de contar con la información que generen para reenfocar las políticas culturales, pues son estas mediciones las que permiten a los Gobiernos adecuar las políticas a lo que cada país requiere. Pero también es necesario hacer esfuerzos subregionales y regionales por armonizar dichas encuestas, no solo para realizar comparaciones, sino también para establecer sistemas regulares de medición que permitan analizar tendencias a la vez que incorporar mediciones de temas emergentes. En este sentido es interesante la Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Consumos Culturales 2013, promovida por la OEI y el Latinobarómetro.

Solo la concepción de que los sistemas de información cultural –incluyendo las CSC, las ECC y otros instrumentos de medición asociados– deben ser parte de los Sistemas Estadísticos Nacionales permitirá articular los instrumentos más ligados a la medición de la cultura con otra serie de instrumentos de medición (encuestas de precios, encuestas industriales y comerciales, encuestas de condiciones de vida, encuestas de empleo, encuestas de ingresos y gastos, encuestas de protección social, censos, cuentas nacionales, entre otros). También permitirá fortalecer la relación entre los subsistemas estadísticos, favorecer la regularidad y continuidad de las mediciones, y contar a largo plazo con una masa crítica de recursos humanos altamente capacitados en la medición y análisis de la actividad cultural en sus múltiples dimensiones.

10.2. El sector privado y la sociedad civil

Aunque en este acápite se habla del papel de la empresa privada y de la sociedad civil, es evidente que es función del Estado fomentar sus diversas formas de participación. Por tanto, las siguientes recomendaciones también apuntan a la mejora de la política pública cultural de los países.

► La colaboración empresarial

Para lograr impulsar el desarrollo de las industrias culturales y creativas en todos los niveles (y no solo por los grandes grupos económicos dedicados al rubro) es necesario generar el interés y el apoyo de las empresas que no se dedican a estas actividades. Aunque en los últimos años se han vuelto más activas en su participación en espectáculos culturales, aún falta mucho para lograr que hagan efectivo su potencial máximo. Aún existe demasiada diferencia entre los aportes de las pequeñas y las grandes empresas. Se ha perdido parte del espíritu de apoyo de las empresas familiares y este se ha centrado mucho en las empresas transnacionales y en particular en las instituciones financieras y sus fundaciones. Son cada vez menos las empresas de cada país las que impulsan su propia cultura.

Algunas de las vías para que las empresas puedan aportar a la cultura, bajo el título de mecenazgo cultural, son:

- Patrocinio (*sponsoring*). Apoyo por parte de una empresa, lo que no necesariamente se traduce en la entrega directa de recursos económicos, con el fin de publicitar su marca apoyando un determinado evento o proyecto (por ejemplo, cuando una empresa presta sus salones o auditorios para presentar un espectáculo o para exposiciones).
- Auspicio. La empresa entrega un apoyo monetario al desarrollo de un proyecto cultural.
- Donación. La empresa traspasa dinero o bienes a una organización donante, a la que un tercero necesitado solicita los recursos. Quien dona puede recibir beneficios económicos directos, como por ejemplo exenciones tributarias.

También es necesario llevar un registro estadístico minucioso de los aportes entregados, ya que esto permitirá en el corto plazo poder planificar y evaluar los efectos de los mismos en las políticas tributarias. Por otra parte, es necesario que algunos países mejoren la difusión de sus leyes o reglamentos en cuanto a las donaciones y los beneficios que estos prestan.

Se ha considerado también que hay una falta de profesionales que se ocupen de la gestión cultural. Para subsanarla, se deben generar instancias de preparación que guíen a los profesionales en la mejora de los métodos de recaudación de fondos y para mejorar el asesoramiento a

las empresas en cuanto a las ventajas del mecenazgo cultural. Esto, por supuesto, acompañado del mejoramiento de las políticas de donaciones en términos de beneficios y retribuciones.

► Desarrollo de *clusters* culturales y creativos

Un *cluster* o conglomerado es un conjunto de empresas y de organizaciones (públicas y privadas), que pertenecen a sectores diferentes y que mantienen vínculos económicos estrechos, de tal suerte que se generan dependencias entre ellas. Debido a que no todas las empresas tienen la capacidad de apoyar proyectos por sí solas, se requiere la creación de *clusters* para el apoyo de la cultura. Habría que potenciar el trabajo en red de las empresas que se unen sobre la bases de intereses comunes. Esto lleva a que los *clusters*, que no tienen por qué estar exclusivamente dedicados a financiar proyectos culturales, deban formarse en torno a la creación de nuevos proyectos. Estos *clusters* creativos suelen estar referidos a un conjunto de empresas específicamente culturales con un mismo fin: fomentar la cultura en los países de la región a través de distintos medios.

La creación de *clusters* permite, además, minimizar las asimetrías existentes por las características propias del tejido empresarial, con un predominio de las grandes empresas en las ventas totales. Fomentar la creación de *clusters* culturales y creativos, en los que se agrupen empresas creativas y entidades relacionadas dentro de un mismo marco dinámico, supone impulsar la localización de las empresas e instituciones relacionadas en los mismos entornos para favorecer el trabajo en red, lo que obliga a promover entornos seguros para que las empresas tengan buen acceso al conocimiento, a los mercados y a la financiación.

Es recomendable, a su vez, la creación de espacios físicos multidisciplinarios, donde se fomente la colaboración, o *networking*, tales como contenedores empresariales innovadores. Estos espacios deben incorporar el concepto de convergencia entre medios y tecnología, de tal forma que la visión apunte hacia modelos de parque tecnológico y creativo, con especial atención a los subsectores de las TIC relacionados con industrias culturales y creativas.

Pero aún hay muy pocas intervenciones en este sentido por lo cual habrá que impulsar estas iniciativas antes de poder verlas presentes en toda Latinoamérica.

► Fomento de las mipymes

Dada la distribución de tareas en cultura, hay muchos aspectos que se vuelven bastante específicos, por ello es necesario que las micro-, pequeñas y medianas empresas (mipymes) se hagan cargo de los distintos ámbitos que requieren desarrollo. A largo plazo, la idea es que estas

mipymes sean competitivas a nivel internacional y que presten servicios no solo en sus países de origen sino en toda la región, sin desviarse de las especialidades particulares que tengan.

Un ejemplo del fomento a las mipymes se da en México con el programa de Mipymes Culturales, creado por CONACULTA para acompañar a aquellos emprendedores con productos y servicios encaminados a la preservación y difusión del patrimonio cultural y artístico de sus localidades y posibilitarles un mayor desarrollo económico. En este caso se fomenta principalmente el área de las artesanías.

► **Convergencia público-privada**

A lo largo del texto se ha visto que la mejor manera de enfrentar los problemas para el impulso de las industrias creativas es la unión de los esfuerzos públicos y privados. El predominio de la esfera pública o estatal vigente está en decadencia (un fenómeno cíclico), lo que abre paso a otras entidades para el apoyo de la cultura. Se llega así a un modelo mixto (público y privado) de financiación y promoción de la cultura, en el que el Estado es quien debe cumplir el papel de coordinador para llegar de la manera más equilibrada posible a los distintos subsectores y segmentos de la actividad cultural, y poder abarcar más proyectos a nivel nacional. Esto permitiría no dejar de lado los proyectos *amateurs* que no tienen cabida en los intereses de las empresas privadas.

Una de las formas en que se ha logrado hacer converger el ámbito público y el privado es a través de las «incubadoras». Un ejemplo es el caso de Colombia, en donde se creó la Incubadora de Empresas Culturales (IEC), cuyo papel es apoyar iniciativas, con alianzas público-privadas, y proporcionar conocimiento, formación y servicios de tecnología a emprendedores y empresas en gestación que estén enmarcadas dentro de la industria cultural o creativa.

► **Redes ciudadanas**

Las redes ciudadanas, o grupos de la sociedad civil, han ido en alza en los últimos años en América Latina y se han vuelto más participativas en las políticas culturales. Lo anterior se debe a que son estas redes las que ejercen presión para motivar los cambios que se necesitan en esta materia. De esta forma, guían la agenda programática que se ha de diseñar. De hecho, en un estudio realizado por el SICSUR todos los países señalaron que los artistas participan en la elaboración de políticas culturales. Lo que varía son los niveles en los que estos intervienen y las etapas en las que se involucran. En algunos países intervienen en la elaboración; en otros, en el diagnóstico; depende de los procesos de cada país.

La decisión de incluir a los actores, o a cualquier otro órgano del área cultural, parte de la idea de que es la sociedad civil la primera crítica en cuanto a lo que se realice o pueda llegar a reali-

zarse en cultura. Son ellos los que evalúan el desempeño del Estado y legitiman las decisiones que toma. Las redes sociales o ciudadanas, en primera instancia, surgieron para dar un apoyo financiero y material a los proyectos culturales, pero con el tiempo han evolucionado hasta ser entes fiscalizadores de la cultura.

Para incentivar la cooperación de la sociedad civil se deben generar marcos legales desde el Estado que incluyan y promuevan la colaboración y presenten los beneficios para quienes aportan tanto económica como materialmente al desarrollo de la cultura (*crowdsourcing*).

El apoyo a las culturas vivas comunitarias puede convertirse en la estrategia privilegiada para democratizar el acceso a la cultura, para animar a la participación de amplios sectores culturales alejados de los modelos tradicionales y para establecer un vínculo entre las expresiones culturales y la sensibilidad colectiva. A veces el acceso a la cultura no es solo un problema de escasa oferta cultural. También hay que entender que es el pueblo el que hace la cultura y que es preciso tomar y potenciar lo que la gente ya hace. Sobre todo es necesario construir puntos de apoyo para facilitar el desarrollo de las expresiones culturales y revivir las raíces y las identidades compartidas.

10.3. Financiamiento y cooperación internacional

El financiamiento ha sido establecida como el principal obstáculo en el desarrollo de la cultura. Se ha hablado de la importancia del papel del Estado, de las metas de financiamiento de la actuación pública en el ámbito de la cultura y del impulso que se necesita por parte del sector privado. También se ha sugerido la necesidad de la convergencia público-privada en la promoción y el desarrollo de la cultura, dados los antecedentes de los aportes estatales como principal financiador. Pero también cuenta la cooperación de organismos internacionales como posibles financiadores o promotores. Algunos organismos que están cumpliendo estas funciones son:

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del centro cultural del BID.
- Banco de Desarrollo de América Latina, antigua Corporación Andina de Fomento (CAF), a través de la Dirección de Desarrollo Cultural y Comunitario.
- Fondo de Fomento al Audiovisual de Centroamérica y el Caribe (CINERGIA).
- Embajadas de diversos países.
- Unesco.
- Mercosur.
- Secretaría General Iberoamericana (SEGIB).
- Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).
-

Esto lleva a concluir que las posibilidades de solución para el financiamiento pueden venir de diversos ámbitos (público, privado, internacional y social). Es necesario generar instancias de promoción que den a conocer las formas de obtener estos recursos y que impulsen la cultura como parte importante de la identidad, de manera que se produzca un refuerzo de los apoyos económicos y materiales hacia el sector. La idea general es crear conciencia de que la cultura debe ir en alza en los países y convertirse en un ámbito que sea parte de la educación base de los países. Es una responsabilidad de todos –Gobiernos, empresas, ONG, sociedad civil– que la cultura se desarrolle en la región en general y en los países en particular.

Históricamente, la cooperación ha estado ligada a la ayuda oficial que brindan actores públicos, como Gobiernos y organismos multilaterales. Con el tiempo, estas acciones de carácter público han empezado a ser complementadas con acciones de cooperación de carácter privado, llevadas a cabo por empresas, fundaciones y organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD), entre otras. De esta manera, la cooperación internacional hoy en día es un conjunto de acciones (financieras y técnicas), realizadas tanto por actores públicos como privados de diferentes países con el objetivo de promover el desarrollo en diversas áreas incluida la cultura.

La cooperación financiera comprende generalmente las donaciones internacionales de fondos o la concesión de «créditos blandos» (o en otras condiciones). La cooperación técnica, a su vez, se manifiesta a través de estudios, asesorías, pasantías, becas de intercambio, talleres de capacitación y seminarios, entre otros.

Ante la posibilidad de que los flujos de recursos de la cooperación financiera tradicional (norte-sur) hacia la región disminuyan, es necesario promover la cooperación entre los países en materia de cultura. Para lograr esto, Argentina, a través de la Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional ha propuesto lo siguiente:

- Intervenir en el diseño e implementación de la cooperación internacional en el área de cultura mediante acciones bilaterales o multilaterales con Estados extranjeros, organismos internacionales, agencias de cooperación y demás instituciones de financiación y apoyo externo, en coordinación con los organismos competentes en la materia.
- Articular las actividades de los distintos ministerios y secretarías de Cultura en el plano internacional para profundizar en las relaciones culturales entre los países de la región y fortalecer el desarrollo del Mercosur Cultural y de Unasur en el marco de los procesos de integración.
- Informar, asesorar y articular, con los organismos adjuntos de cultura, las relaciones internacionales y las aportaciones en materia de cooperación y participación con organismos internacionales de apoyo a la cultura, la concreción de acuerdos o convenios bilaterales o multilaterales que las involucren.

- Promover el intercambio con los organismos internacionales (Unesco-OEA, AECID-SEGIB-OEI, etc.) con los ministerios de Cultura y sectores culturales de embajadas y sedes consulares en la región y el mundo.
- Difundir las convenciones o tratados y toda otra normativa relacionada con la promoción y protección de la diversidad cultural, como la Carta Cultural Iberoamericana y la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.
- Propiciar políticas de participación entre Gobiernos provinciales y locales, que estimulen el trabajo en red y la constitución de foros regionales o internacionales.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ACCI (2004). *Manual de acceso a la cooperación internacional*. Agencia Colombiana de Cooperación Internacional: Colombia.
- Acción Cultural Española (AC/E) (2014). Anuario AC/E de Cultura Digital.
- Adorno T. W. y Horkheimer, M. (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Sudamericana: Buenos Aires, Argentina.
- Agüero W., O. (s/f). *Ley de donaciones culturales («Ley Valdés»)*. Presentación PowerPoint, CNCA.
- Alonso, J. A., Lozano, L. y Priolé, M. A. (2004). *La cooperación cultural española: Más allá de la promoción exterior*. Disponible en <http://eprints.ucm.es/11846/>
- AMARC ALC (2011). *La radio después de la radio*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe: Buenos Aires, Argentina.
- AMYCOS (2005). *La Ayuda Oficial al Desarrollo*. Colección de Fichas Informativas «Me pregunto qué es...», Ficha 10. Burgos, España.
- Antoine, C. (2008). «¿Réquiem para las donaciones privadas a la cultura en Chile? La ley Valdés y el régimen chileno de donaciones con fines culturales». *Seminario Internacional: Aportes Financieros del Sector Privado a las Artes*, pp. 29-68, julio de 2008. Universidad de Buenos Aires: Buenos Aires, Argentina.
- (2009). «América Latina y las políticas públicas de mecenazgo privado a la cultura: ¿Una nueva oportunidad perdida?». *Boletín Gestión Cultural*, 18, junio de 2009. Disponible en <http://www.gestioncultural.org/boletin/2009/bgc18-CAntoine.pdf>.
- (2010). «Mapa del mecenazgo cultural en América Latina». *Revista de Humanidades*, 21, junio de 2010. UNAB: Santiago de Chile, Chile. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321227216007>.
- Arizpe, L. y Alonso, G. (2001). «Cultura, comercio y globalización». En *Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y Transformaciones Sociales en Tiempos de Globalización II*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100914031847/3arizpealonso.pdf>.
- Australian Bureau of Statistics (2014). *Australian National Accounts: Cultural and Creative Activity Satellite Accounts, Experimental*. Australia.

- Barboza de Oliveira, J. C. (2008). «Incentivos fiscales a la cultura en Brasil». *Seminario Internacional Aportes Financieros del Sector Privado a las Artes*, julio de 2008. Universidad de Buenos Aires: Buenos Aires, Argentina.
- Barozet, E. (2007). *La variable ocupación en los estudios de estratificación social*. Documento de trabajo. Proyecto Fondecyt 1060225. Disponible en <http://www.desigualdades.cl/wp-content/uploads/2010/06/ocupacion2.pdf>
- Bauman, Z. (2008). *La sociedad sitiada*. Fondo de Cultura Económica: Buenos Aires, Argentina.
- Beilby-Orrin, H. y Gordon, J. (2007). *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. OECD Statistics Working Papers.
- BNP. Paribas (España) (s/f). «Apoyo a la restauración de obras de arte». Disponible en <http://www.bnpparibas.es/es/bnp-paribas/filantropia-corporativa/cultura/>.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus: Madrid, España.
- Bono, F. (2014). «Bankia patrocina con un millón de euros a las bandas de música». *El País*, 26 de marzo. Disponible en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/03/26/valencia/1395861480_422801.html.
- Bop Consulting (2010). *Guía práctica para mapear las industrias creativas*. Serie Economía Creativa y Cultural. British Council y ODAI: Londres, Reino Unido.
- Buitrago, F. y Duque I. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial: Madrid, España.
- (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 2. El poder de la identidad*. Alianza Editorial: Madrid, España.
- Capriotti, P. (2007). «La responsabilidad social corporativa de las empresas españolas en los medios de comunicación». *Zer: Revista de Estudios de Comunicación/Journal of Communication Studies*, 12 (23), 61-74.
- Carvalho, A. (2013). *Conta Satélite da Cultura*. Portugal.
- Ceccon, B. (2008). *El comercio justo en América Latina: Perspectivas y desafíos*. Universidad Autónoma de México: Ciudad de México, México.
- Centro de Información sobre la Cooperación Internacional (2013). *Evolución de la cooperación internacional en América Latina y el Caribe*. Centro de Información sobre la Cooperación Internacional América Latina y el Caribe: Colombia.

CEPAL (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Programa Alianza para la Sociedad de la Información (@LIS2): Santiago de Chile, Chile.

— (2003). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información Bávaro, Punta Cana, República Dominicana, 29 al 31 de enero de 2003.

CERLALC (2010). *El Espacio Iberoamericano del Libro 2010*.

— (2012). *El libro electrónico: Tendencias y recomendaciones*.

CERLALC (2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura. Recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*.

CNCA (2007). *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*. Chile.

— (2010). *Presentación Seminario Cuenta Satélite de la Cultura*. 10 al 11 de febrero de 2010. Uruguay.

CNCA (2012). *Marco de Estadísticas Culturales: Construcción del marco referencial para estadísticas culturales*. Chile.

CNCA, Región Metropolitana (2013). *La responsabilidad social empresarial y su aporte a la cultura*. Santiago de Chile, Chile.

CNCA, CERC, SICSUR (2012). *Los estados de la cultura: Estudio sobre la institucionalidad cultural pública del SICSUR*. Caracas, Venezuela.

Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI) (2012). *Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de la Cultura, CSC, en los países del área andina*. Tercera Reunión Extraordinaria de la Comisión Interamericana de Cultura. OEA: Washington D. C.

Convenio Andrés Bello (CAB) (2009). *Cuentas Satélites de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Colombia.

Curto, M. (2012). «La filantropía: ¿un acto de responsabilidad social?». *Cuadernos de la Cátedra la Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno corporativo*, 15, julio de 2012.

DANE, MinCultura (2013). *Documento metodológico del avance de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) 2005-2010*. Colombia.

Department for Culture, Media and Sports (DCMS) (1998). *Creative Industries Mapping Document*. Reino Unido. Disponible en http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx.

Díaz, Á. (2008). *América Latina y el Caribe: La propiedad intelectual después de los tratados de libre comercio*. CEPAL, Santiago de Chile, febrero de 2008. Capítulo VII, pp. 205-235.

DICREA, DNC, MEC (2009). *Hacia la Cuenta Satélite de Cultura del Uruguay*. Uruguay.

Dosdoce.com (2013). *Los museos en la era digital*. Disponible en <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3820/museos-en-la-era-digital/>.

Durán Salvatierra, S. (2008). *Diversidad de las expresiones culturales*. Comité Intergubernamental para la Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Documento Informativo. Artículo 7: Medidas para Promover la Diversidad de las Expresiones Culturales. Enfoques Latinoamericanos. Unesco: París, Francia.

EuropaPress (2012). «Las donaciones por inversiones y gasto en cultura bajan en España un 70 % en siete años», 27 de febrero. Disponible en <http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-donaciones-inversiones-gasto-cultura-bajan-espana-70-siete-anos-20120227164547.html>. También en <http://www.20minutos.es/noticia/1321733/0/>,

Espinosa, F. (2010). «Globalización, cultura de masas e industrias culturales; conceptos preliminares». *Revista de Sociología Cultural y Urbana El Topo*. Disponible en <http://www.eltopo.cl/globalizacion-cultura-de-masas-e-industrias-culturales-conceptos-preliminares>.

ESSnet-Culture. (2012). *European Statistical System Network on Culture: Final Report*. Luxemburgo.

Estadísticas de Financiación y Gasto Público en Cultura en España. Disponibles en <http://www.mcu.es/culturabase/cgi/um?M=/t3/p3&O=culturabase&N=>.

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (2013). *Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012*.

Federación de Gremios de Editores de España-Agencia del ISBN (2013). *El sector editorial español ha publicado 36 323 títulos en el primer semestre del año*. Disponible en http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/130711NPR_FGEE_ISBN_Primer_Semestre_2013.pdf.

Fernández, M. del R (s/f). *Cultura y mundialización en el contexto iberoamericano*. Recuperado el 10 de junio de 2014 de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones19.htm>.

Fundación Ideas (2012). *Las industrias culturales y creativas: un sector clave de la nueva economía*. Informe de mayo de 2012. Madrid.

Galperin, H. (1998). *Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional: el caso del NAFTA, la UE y el Mercosur*. Unesco: Brasilia, Brasil.

García Canclini, N. (2000). *Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina*. Disponible en <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/REI/article/viewFile/14982/15403>.

— (2002). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Disponible en <http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc>

— (2007). *Las nuevas desigualdades y su futuro*. CEAS: México.

Gayo, M. (dir.) (2011). *Consumo cultural y desigualdad de clase, género y edad: un estudio comparado en Argentina, Chile y Uruguay*. Serie Avances de Investigación, 62. Fundación Carolina: Madrid, España.

Getino, O. (2001). *Las industrias culturales del Mercosur*. Observatorio Industrias Culturales: Buenos Aires, Argentina.

González, A. (2008). «Cooperación para el desarrollo y cambios en la función de gobierno en los países receptores de ayuda al desarrollo: análisis a propósito del debate sobre transición a la democracia en Egipto». *Desafíos*, 18, 51- 89.

Guariglio, M. (2009). Dirección Nacional de Política Cultural y Cooperación Internacional. Disponible en <http://www.cultura.gob.ar/areas/direccion-nacional-de-politica-cultural-y-cooperacion-internacional/>.

Güell, P. (2008). «¿Qué se dice cuando se dice cultura? Notas sobre el nombre de un problema». *Revista de Sociología*, 22. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile: Santiago de Chile, Chile.

Iberarchivos (2013). *Informe anual*. Disponible en http://segib.org/sites/default/files/INFORME_IBERARCHIVOS_2013.pdf.

Iberbibliotecas (2013). *Informe anual*. Disponible en http://segib.org/sites/default/files/INFORME_IBERBIBLIOTECAS_2013.pdf.

Iberescena (2013). *Informe anual*. Disponible en http://segib.org/sites/default/files/INFORME_IBERESCENA_2013.pdf.

Ibermedia (2013). *Informe anual*. Ejercicio 2013. Disponible en http://segib.org/sites/default/files/INFORME_IBERMEDIA_2013.pdf.

Ibermuseos (2013). *Informe anual*. Disponible en http://segib.org/sites/default/files/INFORME_IBERMUSEOS_2013.pdf.

IFPI (2014). *Informe de la música digital de la IFPI 2014*.

IFRA (s/f). *World Press Trends*. Disponible en <http://www.wan-ifra.org>.

Iglesia-Caruncho, M. (2005). *El impacto económico y social de la cooperación para el desarrollo*. Catarata: Madrid, España.

INDEC (2009). *La Cuenta Satélite de Cultura (CSC)*. Argentina.

INE (2013). *Cultura y tiempo libre, informe anual 2012*, 30 de octubre 2013, Chile.

INEGI (2014a). Comunicado, n.º 71: *Cuenta Satélite de Cultura 2008-2011*. México.

— (2014b). Nota Técnica: *Cuenta Satélite de Cultura 2008-2011*. México.

Katz, J. (2006). *Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva latinoamericana*. CEPAL, EUROPE AID. Naciones Unidas: Santiago de Chile, Chile.

KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Estudio preparado para la Unión Europea. Directorate-General for Education and Culture.

Kulesz, O. (2011). *La edición digital en los países en desarrollo*. Alianza Internacional de los Editores Independientes. Disponible en http://alliance-lab.org/etude/wp-content/uploads/edicion_digital.pdf.

IFPI (2014). *Informe de la música digital de la IFPI 2014. Nuevos mercados ven la luz*.

Laboratorio de Industrias Culturales (2009). Click No. 18, Boletín Informativo: *Institucionalidad Cultural*. Extraído de http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/investigaciones/CLICK4-18-Institucionalidad_cultural.pdf.

Lemaire, M. (1987). «Satellite Accounts: a Relevant Framework for Analysis in Social Fields». *Review of Income and Wealth*, 33, 3, 305-325.

MECD (2013). *Cuenta Satélite de la Cultura en España: Metodología (base 2008)*. Madrid, España.

Mejía, J. L. (2009). «Apuntes sobre las políticas culturales en América Latina 1987-2009». *Pensamiento Iberoamericano*, 4, 1, 105-129. Monográfico El poder de la diversidad cultural. Madrid, España.

— (2004). «¿Derechos sin Estado? Tres momentos de la institucionalidad cultural en América Latina». *Revista de Cultura Pensar Iberoamérica (OEI)*, 7. Disponible en <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric07a05.htm>.

Ministerio de Cultura y Juventud (MJC) (2013-2014a). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Primeras mediciones*. Costa Rica.

— (2013-2014b). *Ficha metodológica CSCCR*. Costa Rica.

Ministerio de Educación (2009). *Culture Satellite Account: Final Report of Pilot Project*. Finlandia.

Montalvo, G. (2011). *Economía de la cultura: la relación entre cultura, economía y ¿desarrollo? La información estadística y económica como estrategia*.

Naciones Unidas (1945). *Carta de las Naciones Unidas*. Disponible en <http://www.un.org/es/documents/charter/index.shtml>.

— (1990). *Declaración sobre la cooperación económica internacional y, en particular, la reactivación del crecimiento económico y el desarrollo de los países en desarrollo*. Asamblea General de las Naciones Unidas. Décimo octavo período extraordinario de sesiones.

— (2013). *Informe sobre el comercio y el desarrollo*. UNCTAD: Ginebra, Suiza.

NEA (2013). *NEA Guide to the U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account*. Estados Unidos.

Nivón, E. (2002). «La cooperación cultural como proceso de la globalización. Una visión desde América Latina». *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura (OEI)*, número cero. Disponible en <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a02.htm#>.

OCDE (2005). *Declaración de París sobre la eficacia de la ayuda al desarrollo*. OCDE: París, Francia.

OEA (2013). *The economic impact of the creative industries in the Americas*.

OEI (2006). *Carta Cultural Iberoamericana*. XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Montevideo, Uruguay.

— (2011). *Un proyecto cultural para la década de los Bicentenarios. El desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana*. SEGIB, Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, OEI.

— (2013). *Observatorio Iberoamericano de Cultura y Cuentas Satélites de Cultura*. OEI: Madrid, España.

OEI-CEPAL (2012). *Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido. Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana*.

Oficina de Estadística Checa (2012). *The Results of the Account of the Culture of the Czech Republic for 2010*. República Checa.

OIT (2007). *Informe Reunión de Expertos sobre Estadísticas del Trabajo*. Ginebra, Suiza.

OMPI (s/f). *Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos*. OMPI: Ginebra, Suiza. Disponible en http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/intproperty/909/wipo_pub_909.pdf.

— (2003). *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: Ginebra, Suiza.

OPC (2013). *Informe de Presupuesto en Cultura: proyecto de Ley*. Disponible en <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/OPC/wp-content/uploads/2013/04/Informe-Presupuesto-en-Cultura-2013-OPC.pdf>

Ortiz, L. (2014). *Experiencias de la Cuenta Satélite de Cultura en Iberoamérica. Documento de análisis*. Observatorio Cultura y Economía: Colombia.

Palma, L. A. y Aguado, L. F. (2010). «Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la cultura». *Revista de Economía Institucional*, 12, 22. Universidad Externado de Colombia: Bogotá, Colombia.

Palmeiro, C. (2004). «La industria discográfica y la revolución digital». Seminario de Integración y Aplicación de la Licenciatura en Economía de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

Pávez, M. I. (2013). *Juventud latinoamericana y el uso y apropiación de redes sociales: desafíos e interrogantes*.

Prieto de Pedro, J. (2005). «Políticas públicas y cultura». *Planet Ágora*. Disponible en <http://www.planetagora.org/espanol/note2.html>.

PNUD-UNCTAD (2010). *Economía creativa. Informe 2010*. PNUD-UNCTAD. Chile.

Pommier, P. (1981). «Social Expenditure: Socialization of Expenditure? The French Experiment with Satellite Accounts». *Review of Income and Wealth*, 27, 4, 373-386.

Rausell-Köster, P., Carrasco-Arroyo, S. (2003). *Algunos apuntes sobre la economía de la información, la comunicación y la cultura*. En J. M. Jordán, I. Antuñano (eds.). *Política económica: fundamentos, objetivos e instrumentos*. Tirant Lo Blanch: Valencia, España.

Rey, G. (coord.) (2003). *Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio y el ALCA*. Convenio Andrés Bello: Colombia.

Revista Capital (2013). Entrevista a Carmen Romero. *Revista Capital*, 13 de diciembre de 2013. Disponible en www.capital.cl/negocios/teatro-a-mil-el-pequeno-gigante/

Rost, A. (2003). *El periódico digital: características de un nuevo medio*. Disponible en <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

- Ruiz, L. (2008). «Organismos multilaterales iberoamericanos: ¿socios especiales para la cooperación española?». *Circunstancia*, VI, 17, septiembre de 2008. Disponible en <http://www.ortegaygasset.edu/fog/ver/795/circunstancia/ano-vi---n--17---septiembre-2008/ensayos/organismos-multilaterales-iberoamericanos--socios-especiales-para-la--cooperacion-espanola->.
- Secretaría de Cultura de la Nación (2012). *La Cuenta Satélite de Cultura en la Argentina: aspectos metodológicos para su construcción*. Argentina.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2006). *Política de egresos*. Extraído de http://www.shcp.gob.mx/egresos/pef/ppef/ppef_06/temas/expo_motivos/em02.pdf.
- SEGIB (2011). *Informe de la cooperación sur-sur en Iberoamérica 2011*. SEGIB: Madrid, España.
- (2014). *Informe de la cooperación sur-sur en Iberoamérica 2013-2014*. SEGIB: Madrid, España.
- Sémblér, C. (2006). *Estratificación social y clases sociales: una revisión analítica de los sectores medios*. United Nations Publications.
- Silva, E. (2011). *TIC, cultura, desigualdad: un vacío institucional*. Ponencia presentada al Primer Congreso Nacional de Gestión Cultural: Escenarios, Tensiones y Desafíos de la Gestión Cultural en Chile. Santiago de Chile, Chile, 3, 4 y 5 de noviembre de 2011. Editada por Escuela de Gestores y Animadores Culturales, Egac.
- SInCA (2010). *Hacer la cuenta: la gestión cultural pública de la Argentina a través del presupuesto, la estructura institucional y la infraestructura*. Extraído de <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/hacerlacuenta.php>
- Stiglitz, J. (2010). *Caída libre. El libre mercado y el hundimiento de la economía mundial*. Taurus: Buenos Aires, Argentina.
- (2006). *¿Cómo hacer que funcione la globalización?* Taurus: Buenos Aires, Argentina.
- Telliet, P. (1998). «A Concept of Satellite Account in the Revised NSA». *Review of Income and Wealth*, 34, 4, 411-439.
- Tezanos Vázquez, S. (2009). «Ayuda Oficial al Desarrollo para América Latina y el Caribe en el punto de inflexión del milenio». *Documentos de Trabajo sobre Cooperación y Desarrollo*, mayo de 2009. Santander, España.
- Torrent, R. (2002). «La ‘excepción cultural’ en la Organización Mundial del Comercio (OMC): la base de la política audiovisual en Cataluña». *Quaderns del CAC*, 14. Barcelona, España.
- Unesco (1966). *Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional*. Unesco: París, Francia.

- (1970). Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales. Unesco: París, Francia.
 - (1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. Unesco: París, Francia.
 - (1978). Declaración sobre la Raza y los Prejuicios Raciales. Unesco: París, Francia.
 - (1980). *Recomendación relativa a la condición del artista*. Unesco: Belgrado, Serbia.
 - (1982) Declaración de México sobre las Políticas Culturales. Aprobada por la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México, 6 de agosto de 1982.
 - (1989). *Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular*. Unesco: París, Francia.
 - (1999). *El Acuerdo de Florencia y su protocolo de Nairobi*. Unesco: París, Francia.
 - (2001). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Unesco: París, Francia.
 - (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Unesco: París, Francia.
 - (2005). Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Unesco: París, Francia.
 - (2007). *Statistics on Cultural Industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Reporte técnico. Unesco: Bangkok, Tailandia.
 - (2008). *Industrias culturales y artesanía. Informe final. Industrias creativas: su potencial como factor de desarrollo económico y cohesión social en Centroamérica*. Reunión de Consulta. San José, Costa Rica, 11 de marzo de 2008. Unesco, MCJD, CIDH (Centro Internacional para el Desarrollo Humano).
 - (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (MEC) 2009. Instituto de Estadística de la Unesco: Montreal, Canadá.
 - (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*.
 - (2010a). «Cultura y desarrollo. Evolución y perspectivas». *Cuadernos de trabajo*, 1. Unesco Etxea: Bilbao, España.
- Unesco-CERLALC (2002). *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas*. Ediciones UNESCO-CERLALC: París, Francia.

Unesco-UIS (2005). *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003*. Montreal, Canadá.

— (2009). *Marco de Estadísticas Culturales*. Montreal, Canadá.

UNCTAD (2010). *Creative Economy Report 2010*. PNUD.

Venescopio (s/f). Estadísticas de Gasto Público en Cultura y Comunicación Social. Extraídas de <http://www.venescopio.org.ve/estadisticas-basicas-de-venezuela/estadisticas-basicas-de-venezuela-gasto-publico/estadisticas-basicas-de-venezuela-gasto-publico-en-cultura-y-comunicacion-social>.

Waelder, P. (s/f). *Arte y cultura digital. Del museo ubicuo al museo portátil: coleccionar y difundir arte digital*. Recuperado el 6 de octubre de 2010 de <http://laboralcentrodearte.uoc.edu/?p=495>.

Yúdice, G. (2008). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Editorial Gedisa: España.

Zofío, J. (2013). *La economía creativa: conceptos métodos y aplicación práctica*. Encuentro Iberoamericano sobre Medición Estadística del Sector Creativo. Bogotá, Colombia, 6-8 de marzo de 2013, convocado por CERLALC, ODAI, OMPI y OEA.

Referencias estadísticas sobre consumos culturales

CERLALC (2013). *El libro en cifras: Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*. (Elaborado sobre la base de agencias nacionales del ISBN). Disponible en <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2014/03/4.0-Libro-en-cifras-4-2-semester-2013.pdf>.

CERLALC (2012). *El libro electrónico: Tendencias y recomendaciones*. Disponible en http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/05/Libro_Electronico.pdf.

Instituto Latinoamericano de Museos y Parques (ILAM). <http://www.ilam.org/index.php/es/museos-parques/dir-tematica>.

FUENTES POR PAÍS

Argentina

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) (2014). *Atlas cultural de la Argentina*. Disponible en <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/Atlas-Cultural-de-la-Argentina.pdf>.

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Disponible en <http://sinca.cultura.gov.ar/sic/publicaciones/libros/encuesta-nacional-de-consumos-culturales.php>.

Bolivia

Ministerio de Cultura y Turismo (2014). <http://geo.minculturas.gob.bo/index.php/patrimonio-cultural-de-bolivia/patrimonio-arqueologico/sitios-arqueologicos-de-bolivia>.

Brasil

Instituto Brasileiro de Museus (2011). *Museus em Números*. Disponible en <http://www.museus.gov.br/museus-em-numeros/>, http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus_em_Numeros_Volume_2A.pdf.

Instituto Pro-Livros (2011). *Retratos da Leitura no Brasil*. Disponible en <http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/texto.asp?id=48>.

Ministério da Cultura (2010). *Cultura em Números*. Disponible en <http://www2.cultura.gov.br/site/tag/cultura-em-numeros/>.

Chile

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2012). Encuesta De Participación y Consumo Cultural. Disponible en http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/11/ENPCC_2012.pdf.

Instituto Nacional de Estadísticas y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2012). *Cultura y tiempo libre*. Disponible en http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/cultura2012.pdf.

Colombia

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2012). Encuesta de Consumo Cultural. Boletín de prensa. Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/bp_ecc_2012.pdf.

Costa Rica

Banco Interamericano de Desarrollo (2011) *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas: Costa Rica*. Disponible en <http://sicla.org/indexb.php?p=cr> - http://www.sicla.org/pdfs/atlas_cr.pdf.

Ministerio de Cultura y Juventud (2010). Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de Costa Rica. Disponible en http://si.cultura.cr/images/documentos/indicadores/Primera_Encuesta/Primera%20Encuesta%20Cultura.pdf.

Cuba

Oficina Nacional de Estadísticas (2010). Anuario de Estadísticas de Cuba. Disponible en <http://www.one.cu/aec2010.htm>

Ecuador

Banco Interamericano de Desarrollo (2011). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas: Ecuador* (2011). Disponible en <http://www.sicla.org/indexb.php?p=ec>, http://www.sicla.org/pdfs/atlas_ec.pdf.

España

Comisión Europea (2013). *Special Eurobarometer 399: Cultural Access and Participation*. Disponible en http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_399_380_en.htm, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2013). Anuario de Estadísticas Culturales. Disponible en http://www.mcu.es/estadisticas/docs/capitulos_graficos/AEC2013/AEC_2013.pdf.

Guatemala

Ministerio de Cultura y Deporte (2014). <http://mcd.gob.gt/museos-de-guatemala/>

México

CONACULTA (2010). Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales. Disponible en http://www.conaculta.gob.mx/recursos/encuesta_nacional/2010/Comparativo_Estados_2010.pdf.

— (2010). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México*. Disponible en <http://sic.conaculta.gob.mx/atlas2010/atlas2010.pdf>

Perú

BID (2010). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas: Perú*. Disponible en <http://www.sicla.org/indexb.php?p=pe>, http://www.sicla.org/pdfs/atlas_pe.pdf.

Portugal

Comisión Europea (2013). *Special Eurobarometer 399: Cultural Access and Participation*. Disponible en http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_399_380_en.htm, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

Instituto Nacional de Estatística (2012). *Estatísticas da Cultura 2012*. Disponible en: <http://www.gepac.gov.pt/estatisticas-e-estudos/estatisticas.aspx>

Uruguay

Ministerio de Educación y Cultura (2009). *Imaginarios y consumo cultural: Segundo Informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural*. Disponible en http://www.mec.gub.uy/innovaportal/file/5545/1/imaginarios_y_consumo_cultural_2009.pdf

BASES DE DATOS

Banco Mundial, World Development Indicators (2014). Disponibles en <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators#>

Naciones Unidas, División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Proyecciones para el año 2014 (junio, 2013).

Unesco-UIS (2014): http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CUL_DS&popupcustomise=true&lang=en#.

Unesco-UIS. Pilot Media Survey (2005-2006). Disponible en http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CUL_DS&popupcustomise=true&lang=en#.

Unión Internacional de Telecomunicaciones-Naciones Unidas (2014). Disponibles en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.

La cultura es la riqueza de los pueblos que defienden su identidad y que tratan de reinventarse en un mundo globalizado, multicultural y diverso.

Es imprescindible, pues, impulsar la reflexión sobre el papel de la cultura en su desarrollo. Esta segunda edición del estudio "Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica" aborda el efecto de la cultura en el desarrollo económico de nuestros países, y llega a una conclusión impactante: los aportes de la cultura al desarrollo económico de los países son muy superiores a los presupuestos que los mismos países beneficiados invierten en el desarrollo de la cultura.

Finalmente, el estudio pone en relieve que aún falta mucho camino por recorrer para que todos los países lleguen a destinar al menos el 1 % de su presupuesto a la inversión cultural, tal como se aprobó en la Conferencia de Ministros de Cultura celebrada en Chile, en julio de 2007.



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Organização
dos Estados
Ibero-americanos



Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura

Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura