

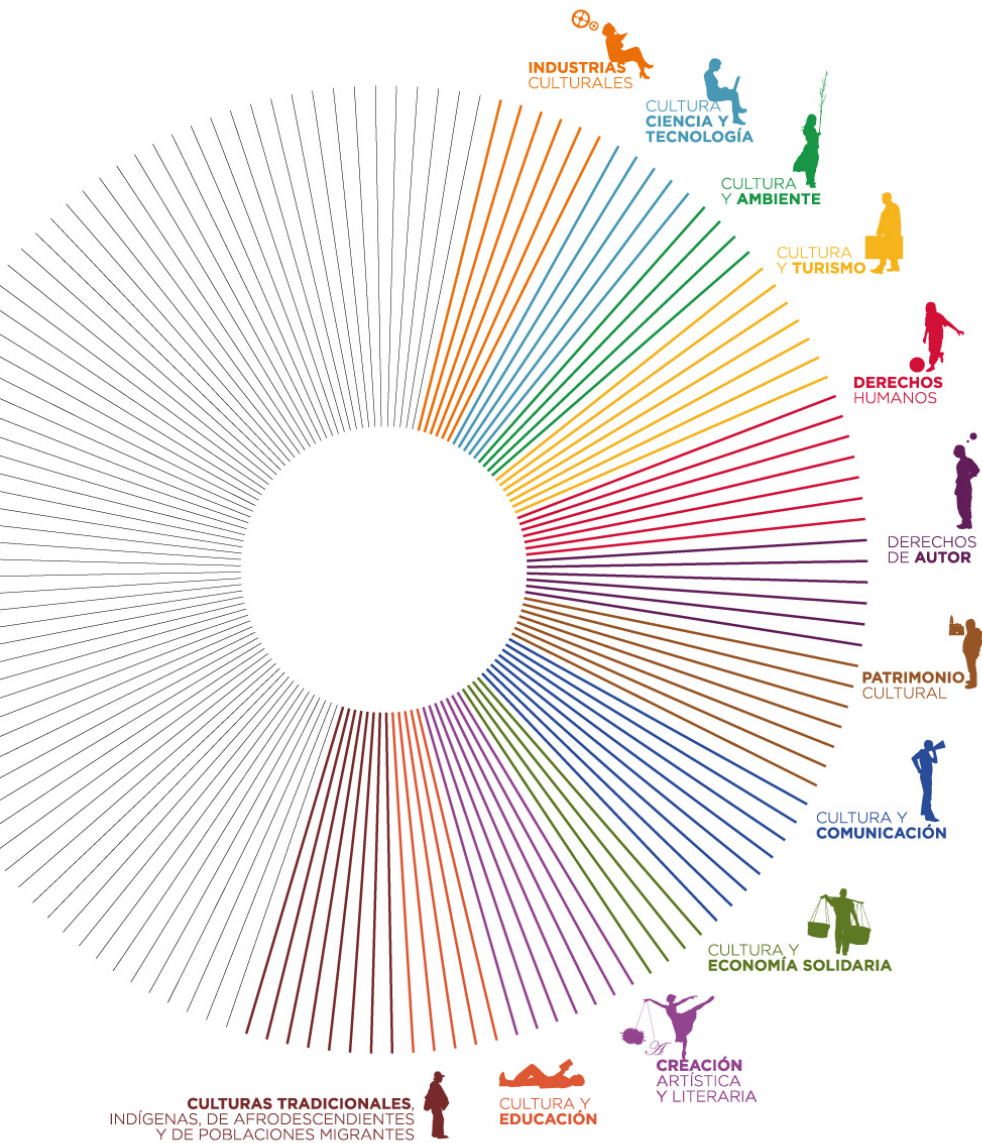
**Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido.
Desarrollo de la carta cultural iberoamericana**

Organización de Estados Americanos (OEA)
2012

Revista Iberoamericana de Gobierno Local
Número 3, Granada, Noviembre, 2012
ISSN: 2173-8253

AVANZAR EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN ESPACIO CULTURAL COMPARTIDO

DESARROLLO DE LA CARTA CULTURAL IBEROAMERICANA



Coordinador general

Álvaro Marchesi

Primera parte

Coordinador

Fernando Pistilli

Redacción

Antonio Carmona

Alejandro Grimson

Alfons Martinell

German Rey

Segunda parte

Coordinador

Ernesto Espíndola

Redacción, textos y estadísticas

Sara López

Javiera Torres

Andrés Espejo

Texto, estadísticas, comentarios y orientaciones

Fabiola Fernández

María Paz Collinao

José Luis Longa

Magdalena Cardemil

Dora Oyarce

Lina González



AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
PARTE 1:	
DESARROLLO DE LAS FINALIDADES DE LA CARTA CULTURAL	19
Introducción	21
Capítulo 1. AFIRMAR EL VALOR CENTRAL DE LA CULTURA	27
Afirmar el rol insustituible de los Estados iberoamericanos en el reconocimiento de los derechos culturales y el derecho a las culturas	29
Fortalecer la Institucionalidad Cultural Iberoamericana	31
Fortalecer los marcos jurídicos y legales en el ámbito de la cultura	33
Capítulo 2. PROMOVER Y PROTEGER LA DIVERSIDAD CULTURAL	37
Desarrollar y dotar de contenido a los conceptos de interculturalidad, multiculturalidad, biodiversidad y descolonización	37
Promover el respeto de las cosmovisiones y la capacidad de autodeterminación de las culturas iberoamericanas (descolonización)	39
Promover la inclusión en nuestras sociedades de los jóvenes, los discapacitados, los pueblos originarios, afrodescendientes, etc.	39
Capítulo 3. CONSOLIDAR EL ESPACIO CULTURAL IBEROAMERICANO	43
Incentivar el desarrollo conceptual y la reflexión sobre el concepto “espacio iberoamericano” en un sentido político	45
Estimular el diálogo cultural entre los bloques regionales existentes en el espacio iberoamericano	48
Valorar las experiencias y acciones de las estructuras regionales y subregionales de cooperación entre los Estados	49



ÍNDICE

Capítulo 4. FACILITAR LOS INTERCAMBIOS DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES	51
Promover la circulación, movilización y difusión de bienes y servicios culturales en el espacio cultural iberoamericano y en el ámbito global	52
Propiciar la revisión y análisis de las barreras jurídicas existentes entre nuestros países	55
Apoyar el respeto a la diversidad cultural en el contexto de los acuerdos comerciales	56
Capítulo 5. INCENTIVAR LAZOS DE SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN	63
Consolidar los mecanismos de la cooperación bilateral y triangular para el desarrollo sostenible del sector cultural	63
Instalar el espacio iberoamericano como agente de cooperación interna	65
Instalar el espacio iberoamericano como agente de cooperación con otros bloques y continentes	68
Capítulo 6. FOMENTAR LA PROTECCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO IBEROAMERICANO	71
Promover internamente la formación profesional	73
Incentivar la formación sobre políticas y gestión cultural exterior y cooperación cultural internacional en el espacio iberoamericano	73
Capítulo 7. PROMOVER Y CONSOLIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN CULTURAL	77
Establecer los antecedentes	77
Delimitar el campo de la cultura	79
Elaborar estadísticas e indicadores culturales	80
Proponer formas organizativas	81

ÍNDICE

PARTE 2:	
LA CULTURA Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO	
ECONÓMICO EN IBEROAMÉRICA	85
Capítulo 8. NUESTRA RIQUEZA CULTURAL	87
Introducción	87
Nuestra riqueza cultural	91
Capítulo 9. CONTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
CULTURALES A LA ECONOMÍA EN LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA	101
El empleo en el ámbito de la cultura y en las actividades relacionadas	104
El empleo cultural	105
El empleo público en cultura	109
Las remuneraciones en el ámbito de la cultura	111
Las importaciones y las exportaciones de bienes culturales y	
productos auxiliares para la producción cultural	115
Las importaciones de bienes culturales	115
Las exportaciones de bienes y servicios culturales y balanza	
comercial en el rubro	117
El gasto público en cultura	119
Capítulo 10. PARTICIPACIÓN Y CONSUMO CULTURAL	127
Patrimonio	128
Presentaciones artísticas y exposiciones	130
Libros	133
Prensa	138
Audiovisual	139
Audiovisual: Cine	141
TIC y consumo digital	145



ÍNDICE

Capítulo 11. EL APOORTE DE LA CULTURA A LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA	151
El PIB cultural	151
El aporte económico de las industrias culturales y creativas	154
Capítulo 12. LA META DE AUMENTO DE LOS PRESUPUESTOS FISCALES DE CULTURA Y RECOMENDACIONES PARA LA POLÍTICA CULTURAL	159
El aumento de los presupuestos públicos de cultura	159
Recomendaciones para considerar en las políticas culturales	161
BIBLIOGRAFÍA	169



Presentación

Álvaro Marchesi

Secretario General de la OEI

Alicia Bárcena

Secretaria Ejecutiva de la CEPAL

La aprobación de la Carta Cultural iberoamericana por la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno en Montevideo en el año 2006 no sólo constituye una referencia histórica. Mira, también, hacia el futuro; y plantea, como exigencia, que la cultura iberoamericana se reconozca y consolide como uno de los ejes vertebradores de nuestra vida colectiva.

No puede ser de otra manera. Tenemos la convicción de que formamos una comunidad con lenguas y culturas compartidas mayoritariamente. Esta comunidad es valorada como tal por el resto del mundo, y a ella se le reconoce tanto su enorme riqueza como su diversidad. Así, el Estado Plurinacional de Bolivia está formado mayoritariamente por población indígena, el bilingüismo de las lenguas guaraní y española es parte de la vida cotidiana en el Paraguay y Guatemala tiene una variedad de lenguas y de culturas que convierten al país en un ícono admirable de diversidad. Hay, por otro lado, vastas regiones andinas en las que el quechua y el aimara son las lenguas de mayor uso vigente, y en muchos lugares de la República Bolivariana de Venezuela, Costa Rica y Nicaragua se escucha hablar un inglés local proveniente de migraciones establecidas por décadas desde el Caribe anglófono. Además, más de 40 millones de latinoamericanos —casi el 12% de su población total—, viven en Estados Unidos, donde conservan sus nombres y lenguas originales.

Semejante riqueza de lenguas y culturas ha sido motivo de reconocimiento y valoración desde las otras regiones del mundo, y llevó a uno de nuestros más insignes escritores, fallecido este mismo año 2012, a escribir tan acertadas y hermosas palabras:

“Nuestro privilegio, nuestra personalidad iberoamericana, es indígena, africana, mulata, mestiza y, a través de Iberia, mediterránea, griega, latina, árabe, judía, cristiana y laica. Todo ello nos convierte en el espacio privilegiado, de Yucatán a Andalucía y de Minas Gerais al Algarve, para dialogar con los demás, que nunca serán los que sobran, los de menos, sino los que aún no abrazamos, los demás. Somos —podemos ser— el microcosmos de la convivencia”. (Carlos Fuentes, discurso en el VII Foro Iberoamérica).

La Carta Cultural Iberoamericana compendió en su breve texto este sentimiento colectivo, y 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

Presentación

(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.

Sin embargo, el logro de estos objetivos enfrenta enormes 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, 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 a toda la sociedad, pero de forma especial a la juventud, y modifican la forma de estar en el mundo, las relaciones sociales y el propio significado de la cultura. Ambos retos pueden resumirse en la afirmación realizada por el PNUD en su Informe sobre Desarrollo Humano 2004: “si el mundo desea lograr los Objetivos del Desarrollo del Milenio y erradicar definitivamente la pobreza, primero debe enfrentar con éxito el desafío de construir sociedades inclusivas y diversas en términos culturales”.

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. Semejante reflexión deberá 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 intención de este documento es promover una acción colectiva para responder a estos retos históricos a partir de los mandatos y finalidades contenidas en la Carta Cultural Iberoamericana. El texto que aquí se propone no es un ejercicio teórico o académico, sino un proyecto de acción que pretende servir de referencia a las políticas culturales de cada país y reforzar las iniciativas comunes en el amplio campo de la cultura. En ambos objetivos, que deben estar coordinados, se resume el alcance del proyecto: impulsar el compromiso de cada país con la cultura y desarrollar, al mismo tiempo, programas de acción compartidos en la región que fortalezcan la cultura de los países y el espacio iberoamericano común.

El documento se ha elaborado en dos partes claramente diferenciadas pero que tienen una profunda relación. La primera, en la que han participado un relevante equipo de especialistas en el campo de la cultura, abre nuevas líneas para el desarrollo de las finalidades de la Carta Cultural y analiza el papel central de la cultura en el desarrollo económico, social y personal. La segunda parte, desarrollada por el equipo técnico de la CEPAL, aborda el efecto de la cultura en el desarrollo económico de nuestros países. En cierto modo, la segunda parte cristaliza en cifras y en análisis estadístico algunos de los planteamientos de los capítulos anteriores, 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.

Los objetivos principales del documento pueden resumirse en los cinco siguientes que, considerados de manera integral e interrelacionada, procuran cuajar un programa de acción cultural para los próximos años.

El primero se refiere directamente al documento en sí mismo. La finalidad es mantener un debate permanente sobre sus propuestas que favorezca la participación colectiva para pensar y enriquecer el significado de la cultura de cara a un presente y un futuro en mutación permanente.

¿Cómo mantener vivo este debate para hacer del documento una referencia a lo largo de los años, y que al mismo tiempo pueda recrearse de forma ágil y participativa? La propuesta que realizamos es adoptar un “sistema wiki” para promover un debate profundo y participativo. La creación de este espacio de colaboración en formato wiki permitirá recibir información continua de los actores sociales y culturales integrados en una comunidad de usuarios. Los aportes podrían ser revisados en primera instancia por un comité de redacción de especialistas y en una segunda instancia por los representantes de los ministerios de cultura.

El segundo objetivo es reforzar los programas IBER que coordina la SEGIB y los proyectos iberoamericanos que son responsabilidad de la OEI. Como se repite una y otra vez a lo largo de los capítulos, 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 ello supone. La aprobación de cuotas diferenciales ha supuesto un gran paso para eliminar barreras que impedían la participación en estos programas.

El estudio de CEPAL que constituye la segunda parte de este documento, pero también las reflexiones incorporadas en alguno de los primeros capítulos, destacan la importancia de los dos objetivos siguientes, el tercero y el cuarto que aquí proponemos: la constitución del Observatorio Iberoamericano de las Culturas y el apoyo a los países para que puedan organizar Cuentas satélite de 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, cuando menos, diseñar 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. La propuesta de un Observatorio Iberoamericano de las Culturas, tantas veces reclamado y actualmente en sus inicios, es una consecuencia lógica de este planteamiento. La OEI está dispuesta a contribuir de forma activa en la organización, financiación y puesta en marcha de este Observatorio con el apoyo de otros organismos regionales, en especial con la CEPAL, y la colaboración de todos los países interesados. La aspiración es que en el año 2014 el Observatorio empiece a ser una institución reconocida y valorada por sus informes y por la precisión de los datos que proporciona.

Presentación

Para lograr que el Observatorio obtenga la información necesaria de cada uno de los países es imprescindible 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 satélite de cultura. La OEI contribuirá a financiar la incorporación de dichas cuentas a la contabilidad nacional en aquellos países que lo soliciten, de tal forma que el proceso haya entrado en su recta final en el año 2014.

Finalmente, el estudio ha puesto de relieve con precisión 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.

En este esfuerzo colectivo debe participar el conjunto de la sociedad y de sus instituciones para poner de manifiesto el valor central de la cultura en la vida de los pueblos. Aspiramos y asumimos el compromiso de que en los años 2013 y 2014 se organice en cada uno de nuestros países un encuentro cultural en el que se debatan esas propuestas, se adapten al contexto social y cultural propio de cada uno de ellos y se sensibilice a la opinión pública y al conjunto de las instituciones sobre su importancia decisiva. Estos encuentros servirán al mismo tiempo para actualizar y modificar, si fuera preciso, el contenido del documento de acuerdo con lo establecido en el primero de nuestros objetivos.

Vivimos hoy una revolución cultural en la que tenemos que ser parte activa. La cultura no puede seguir siendo poco o mal reconocida o patrimonio exclusivo de grupos selectos. Tampoco puede restringirse a los productos que generan las industrias culturales, ni conformarse con aumentar audiencias pasivas en eventos culturales. 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 formas 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 proceso, y esperamos que detone nuevos impulsos, y que aporte 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.





AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **1** DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA
CARTA CULTURAL

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL

A faint, light gray outline map of the Iberoamerican region, showing the continents of South America and Europe. The map is positioned in the lower half of the page, with the title text overlaid on it.

Introducción

La Carta Cultural Iberoamericana constituye un documento de referencia que sienta las bases para el fortalecimiento institucional de la región como espacio de cooperación y a favor de que se preserve y desarrolle su diversidad cultural. Su fin es desarrollar el recurso más valioso que posee, su riqueza cultural, y mostrarlo, ampliarlo y extenderlo ante el conjunto de sus ciudadanos y ante el resto del mundo.

La Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) junto con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) se han comprometido con esta iniciativa desde su concepción porque se trata de un proyecto que aspira a consolidar el espacio cultural iberoamericano como un ámbito propio y singular y que busca reafirmar el valor central de la cultura como base indispensable para el desarrollo, la promoción y la protección de la diversidad cultural de la región.

La importancia de la Carta Cultural Iberoamericana radica en que se trata del primer documento regional que muestra una visión plena e integral de la cultura. Es un compromiso voluntario de cooperación, que surge de la solidaridad entre los Estados y que constituye el primer gran acuerdo que da cumplimiento al mandato de la Convención para la Diversidad de la Unesco, aprobada en 2005.

Parece necesario dar un paso más en este proceso con el fin de impulsar y poner en valor el potencial y la riqueza de la cultura iberoamericana. Con este propósito, se presentan los capítulos que constituyen la primera parte de este documento.

El primero de ellos plantea una cuestión fundamental, posiblemente el eje sobre el que descansa el conjunto de las propuestas que se realizan: la centralidad de la cultura. La cultura se concibe como una condición, como un medio y como un fin para el desarrollo personal y social. No es posible alcanzar un cierto nivel de bienestar en nuestros países si no existe una amplia participación ciudadana en el acceso, el disfrute y la construcción compartida de los bienes culturales.

Pero la participación cultural no se plantea solamente en la estricta esfera de los bienes culturales tradicionales o en la de aquellos que se ven fomentados por las administraciones públicas o las comunidades locales. Ha de existir una re-

lación permanente entre las políticas sociales y las políticas culturales, de tal manera que las políticas de comunicación, de salud, de trabajo o de vivienda mantengan una estrecha vinculación con las iniciativas culturales. Como se afirma en el texto de forma precisa, no hay política social que carezca de una dimensión simbólica, por lo que es necesario promover el entrelazamiento de las políticas sociales y culturales como parte de la construcción de la ciudadanía, de su inclusión y participación.

La protección de la diversidad es otro de los grandes temas que trata el documento, pues constituye un factor clave para el desarrollo humano. La diversidad es un patrimonio común que debe valorarse y preservarse, puesto que sustenta un mundo más rico y variado, nutre las capacidades, las potencialidades, la creatividad y los valores y constituye un motor para el desarrollo sostenible de pueblos y naciones. Pero el documento no sostiene una posición de carácter conservador, sino que debate y estudia la complejidad de los conceptos de interculturalidad, multiculturalidad, biodiversidad y descolonización, y aboga por un proceso de cambio autónomo, mediante el cual los ciudadanos y las comunidades dispongan de la libertad de decidir qué tradiciones, valores, prácticas y rituales desean reproducir, recrear o transformar. Todo ello plantea importantes dilemas éticos y profundos desafíos para articular de forma dialogada soluciones que, sin renunciar a valores básicos (como los derechos a la vida, a la integridad del cuerpo, a no ser esclavizado), permitan comprender otros puntos de vista y reconocer el valor de los procesos de cambio decididos por los diferentes grupos y sociedades. De esta forma, la interculturalidad recupera y defiende la heterogeneidad, pero se enfrenta al mismo tiempo a las posibles desigualdades que pueden manifestarse en los distintos colectivos. En estos procesos, es fundamental el papel del Estado para asegurar el diálogo, la participación, el respeto de las cosmovisiones y la capacidad de decisión de las culturas iberoamericanas.

Por todo ello, el proceso de consolidación del espacio cultural iberoamericano lleva implícito el reconocimiento de la multiplicidad de matices y de la diversidad de la cultura. Es decir, se asume que la región es un espacio cultural dinámico y singular, en el que se reconoce una notable profundidad histórica, una pluralidad de orígenes y variadas manifestaciones y expresiones culturales. No obstante, al mismo tiempo, es preciso incentivar el desarrollo conceptual y la reflexión sobre el concepto “espacio iberoamericano» para dotarlo de sentido en los tiempos actuales, ya que –como se señala en una de las páginas del documento–, el espacio cultural iberoamericano se caracteriza precisamente por su capacidad de transformación y de constante adecuación a los nuevos contextos y realidades sociales, económicas y políticas.

Para que exista un espacio cultural no solo es necesario que se hagan visibles los supuestos comunes –es decir, aquello que nos une e identifica en el mundo simbólico, sino que también es imprescindible que se conozca, que se comunique y que exista un intercambio permanente entre todos los participantes de ese espacio. Los programas IBER son una estrategia fundamental; por tanto, una de las primeras iniciativas para lograr la consolidación del espacio cultural iberoamericano es favorecer la participación de todos los países en este tipo de programas.

Todas estas razones apuntan a la importancia de facilitar los intercambios de bienes y servicios, otro de los grandes temas del documento. La Carta Cultural Iberoamericana toma especialmente en consideración el impacto de la cultura en la economía y en el desarrollo. En ese sentido, los diversos procesos de cooperación regional que se están llevando a cabo últimamente en Iberoamérica han promovido un proceso paulatino y progresivo de superación de las barreras y obstáculos que impiden la circulación de los bienes y servicios culturales producidos en estos países y han promovido



acciones orientadas a crear programas y estructuras para la distribución regional de tales bienes y servicios.

Las lenguas son la mayor riqueza de nuestra cultura milenaria, el cimiento de nuestro espacio cultural común. La preservación de las diferentes lenguas es uno de los principales mensajes de la Carta Cultural Iberoamericana y constituye un desafío permanente para los responsables de las políticas públicas y para el conjunto de la sociedad.

Entre los retos que plantean el desarrollo cultural y la preservación de la diversidad cultural en la región, se encuentra la necesidad de afianzar el mercado de bienes y servicios culturales. Este reto implica, por una parte, reconsiderar valores universales y, por otra, profundizar en el reconocimiento de las diversidades culturales con el fin de preservar el pluralismo de las iniciativas culturales populares concertando políticas y estableciendo incentivos a la distribución y la comercialización de estos bienes y servicios.

La ampliación de los mercados abre nuevas perspectivas tanto para los creadores como para los sectores culturales tradicionales (música, libro, audiovisual), pero al mismo tiempo alerta sobre la concentración y la estandarización del sector. El documento promueve que desde diversas instancias se genere el contacto y el intercambio entre productores audiovisuales, discográficos, editoriales, de artes escénicas y diseñadores y, en general, miembros del sector cultural para que se generen nuevas oportunidades de colaboración.

Las industrias culturales y creativas son instrumentos fundamentales para crear y difundir la cultura, para expresar y afirmar las identidades, así como para generar riqueza y crecimiento. En ese sentido, se busca garantizar un acceso más democrático a los bienes y servicios que generan dichas industrias, así como un intercambio equilibrado y la difusión de contenidos que expresen la diversidad cultural del espacio iberoamericano. Para lograrlo, es preciso actualizar y armonizar la legislación sobre propiedad intelectual en toda la región, propiciar la revisión y el análisis de las barreras jurídicas que existen entre nuestros países y promover la reflexión y la investigación en ámbitos relacionados con el intercambio tales como la diplomacia cultural, la cooperación y el comercio.

El documento defiende la importancia de construir y reforzar plataformas diversas para generar acuerdos que busquen el fortalecimiento de las industrias culturales en todos los campos de la producción cultural, creativa y artística. Para lograrlo es necesario disponer de información confiable y de sistemas estadísticos que tengan un marco común. Esta propuesta se repite a lo largo de los diferentes capítulos y se concreta de forma más precisa en el capítulo séptimo de la primera parte –cuando se habla de los sistemas de evaluación y de información– y en las últimas secciones de la segunda parte, cuando se abordan el Observatorio de las Culturas y las Cuentas Satélite.

Todo ello exige un cuidado especial de la gestión cultural y de sus responsables, sobre todo de aquellos que trabajan con sectores de la población a los que apenas llega la acción cultural. Por esta razón, la formación de los gestores culturales se convierte en una de las prioridades de las políticas culturales. Los programas de la OEI –en especial los cursos de gestión cultural ofertados desde la Escuela de las Culturas del Centro de Altos Estudios Universitarios, así como el programa ACERCA de formación y gestión de proyectos culturales– se han convertido con el paso del tiempo en una referencia ineludible. Un alto porcentaje de las personas que asumen responsabilidades en el campo de la cultura ha participado en estos cursos; así pues, empieza a existir una amplia red de profesionales que se han beneficiado de programas de formación similares.

Otro de los temas que aborda el documento es el de la cooperación. Las formas clásicas de cooperación cultural entre Estados han ido dando paso en los últimos tiempos a nuevas modalidades que actúan en el campo de la cooperación nacional, regional e internacional y que promueven y generan programas cooperativos como Ibermedia, Iberescena, Iberarchivos, Ibermúsicas, Ibermuseos y otros tantos que surgen a partir de las Conferencias Iberoamericanas de Cultura y de las Cumbres de Presidentes. Este tipo de programas se constituyen en espacios prioritarios de apoyo para el trabajo de artistas, gestores culturales e instituciones en la región.

Por otra parte, el acceso a las nuevas formas de comunicación y a las nuevas tecnologías ha propiciado la aparición de redes de intercambio y de nuevas formas de participación de la sociedad civil y ha contribuido a generar espacios de intenso intercambio de experiencias, de especialización de contenidos y de abundantes relaciones institucionales y profesionales, que conforman un panorama complejo y rico en matices y desafíos.

En ese sentido, existe un amplio consenso en el reconocimiento de que las redes culturales suponen un aporte sustantivo al desarrollo de actividades de cooperación cultural internacional, puesto que contribuyen a vencer el aislamiento y la falta de comunicación entre los diferentes agentes y países.

La defensa, protección y difusión del patrimonio cultural iberoamericano es otra de las grandes tareas que reclama la construcción del espacio cultural iberoamericano. La gestión del patrimonio cultural debe ser asumida con la participación de la ciudadanía y abordada de una manera intersectorial; para ello habrá que establecer estrechas relaciones con otros ámbitos tan importantes como la cooperación internacional, el turismo cultural y las políticas de desarrollo local.

Para llevar a cabo iniciativas en esta materia es preciso aumentar las acciones de sensibilización, formación y capacitación, con el fin de reforzar la cualificación y los esfuerzos que deben expresarse en diversas modalidades educativas, desde las más estrictamente académicas hasta las más informales. Se ha de promover una formación que busque la profesionalización de la gestión patrimonial y que fortalezca la participación de los niños y jóvenes en el desarrollo de la memoria de los pueblos y en la protección de la identidad propia. En estos momentos, la incorporación de las nuevas tecnologías a esta tarea es imprescindible.

A lo largo del texto ha surgido la necesidad de promover y consolidar instrumentos de medición y sistemas de información cultural. A este tema se dedica el último de los capítulos de la primera parte. En él se insiste en dos conclusiones fundamentales para los años próximos. La primera es la creación de un Observatorio Iberoamericano de las Culturas que facilite la recopilación, el análisis y la difusión de la información y que contribuya a que se intercambien valoraciones, a que se negocie y a que se generen recomendaciones útiles para la política y la gestión cultural. La segunda es el apoyo a la creación de Cuentas Satélite de Cultura en las economías nacionales que refuercen el vínculo entre cultura, economía y financiación de la cultura.

Por último, la segunda parte de este documento, dedicada a la contribución de la cultura al desarrollo económico de Iberoamérica, refuerza con sus reflexiones y sus datos ambos objetivos.

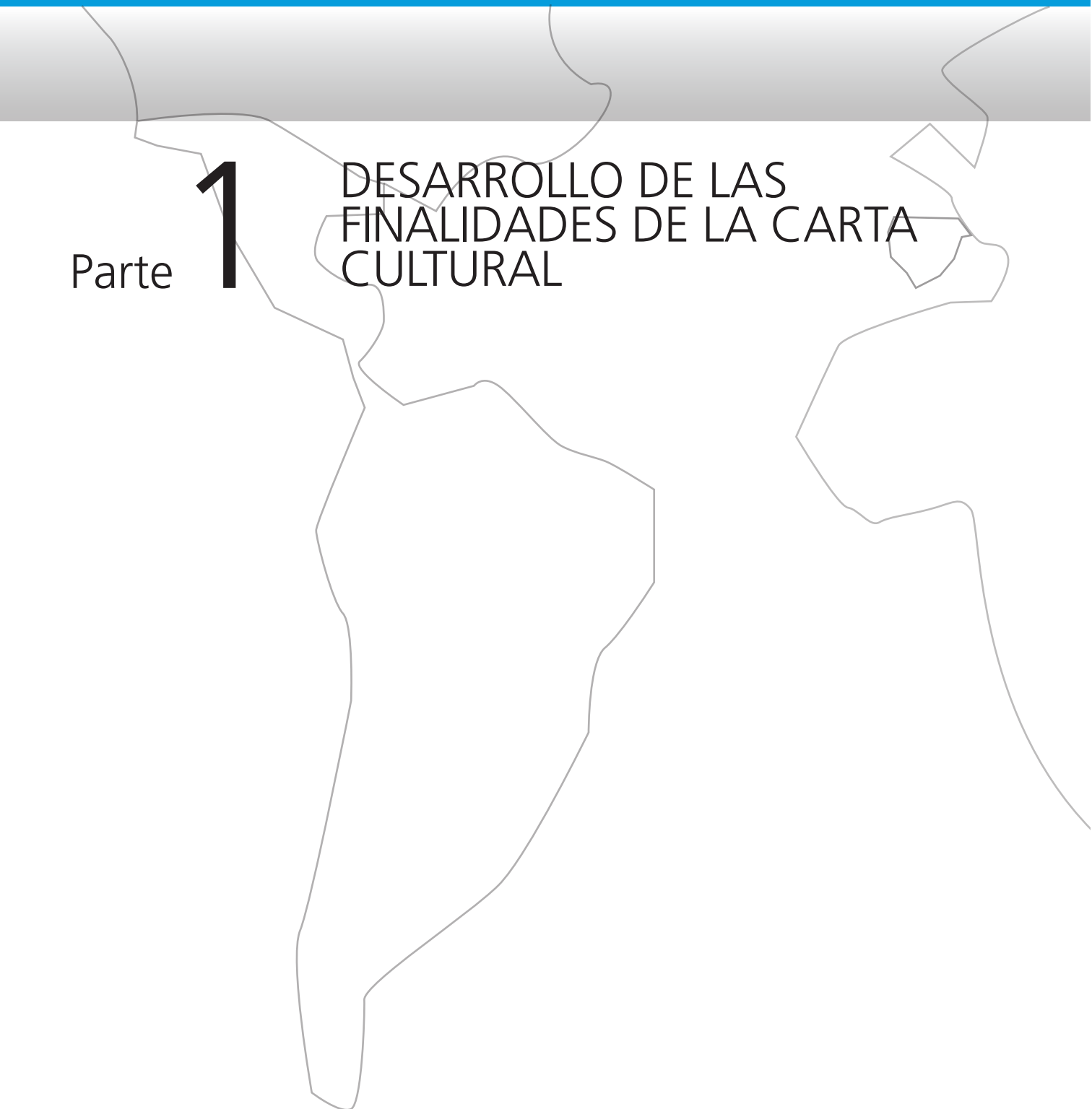
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 1

AFIRMAR EL VALOR CENTRAL DE LA CULTURA

Sabemos que nuestras sociedades y nuestra región tienen potencialidades y limitaciones económicas y también culturales. Nuestra imaginación acerca de quiénes somos, es decir, nuestras identidades como naciones y regiones, así como nuestras perspectivas acerca de cómo podemos ser en el futuro, están basadas en nuestras culturas.

Resulta necesario asumir plenamente este lugar central de la cultura. Reconocer esto implica dejar atrás cualquier concepción de la cultura, de la política cultural y de los derechos culturales como dimensiones decorativas anexas de otras políticas públicas que son las que se consideran realmente importantes. Construir planes para el desarrollo, el crecimiento y la creación de sociedades más justas y democráticas es una acción cultural en sí. No se trata tan solo de agregar el “capítulo cultural” –lo cual obviamente es necesario–, sino de asumir que nuestras concepciones sobre las sociedades que somos y que deseamos ser en los próximos años son necesariamente procesos y eventos culturales.

El valor central de la cultura se asume cuando se la concibe como una condición, un medio y un fin para el desarrollo social.

¿Por qué es una condición? De modo general, se acepta que el nivel de alfabetización y la calidad de los “recursos humanos” que tiene un país es una variable económica determinante en su potencial. Ahora, tenemos que instituir en nuestras sociedades que los valores, los sentimientos, los significados que pueden tener el trabajo, la esfera pública, la democracia, la participación cívica y las comunidades son cuestiones constitutivas de una sociedad y que esta solo puede emprender de manera sólida el camino del desarrollo sobre la base de lo que ella es o puede imaginar ser en una coyuntura específica.

¿Por qué es un medio de desarrollo? Cada vez contamos con más datos precisos que indican que la cultura es un instrumento válido para el desarrollo económico y social, así como para el desarrollo integral de las localidades, las ciudades y países. De acuerdo con estos datos, el porcentaje del PIB dedicado a cultura se está incrementando de manera general en diferentes zonas. Hoy resulta indiscutible que la cultura es relevante para generar empleo en todos nuestros países y en sus principales ciudades. En ese sentido, la cultura es una extraordinaria herramienta para hacer frente a los efectos de la exclusión y la desigualdad y para mitigarlos.

Ciertamente, no se debe cometer el error de *culturalizar* excesivamente los procesos sociales creyendo que todas las soluciones podrían pasar por la cultura. La producción cultural no puede sustituir a la producción de bienes o servicios. Sin embargo, sí debe reconocerse que la cultura es un medio crucial para el desarrollo cuando se articula con otros medios.

¿Por qué la cultura es un fin del desarrollo? El célebre antropólogo Marshall Sahlins planteaba que era necesario saber si se concibe la cultura como un mero instrumento de un desarrollo pensado en el sentido del progreso material o si, por el contrario, se piensa como el objetivo y la finalidad del desarrollo, entendido este como la realización de la vida humana bajo sus múltiples formas y de forma integral. Es decir, de lo que se trata es de aceptar que las nociones sobre el desarrollo implican valores culturales y que algunas nociones de desarrollo humano o desarrollo integral incluyen y articulan dimensiones económicas, sociales y también culturales.

Concebir el desarrollo cultural como una finalidad tiene que ver con el proceso que incrementa la autonomía y la libertad de los seres humanos; este tipo de procesos requiere de bases materiales y simbólicas. Es decir: se trata de entender que la cultura es la finalidad de la construcción de una autonomía cada vez mayor de nuestros países, ciudades, regiones, de los movimientos culturales, de las instituciones de la sociedad civil, de la libertad, de la posibilidad de acceso e intervención en los procesos de producción cultural.

Reducir la cultura a un medio del desarrollo es concentrarse en la producción de mercancías para promover un incremento de los recursos; de este modo se descuida el hecho de que la cultura entendida como finalidad se vincula especialmente a los derechos culturales. Incrementar la autonomía es un fin en sí mismo. Ahora bien: ¿autonomía en qué sentido? En el mundo de la cultura, las concentraciones de poder reducen diferentes autonomías: las de los países, las de las ciudades y las de las regiones respecto de fuerzas, poderes y actores transnacionales, así como las autonomías de grupos, las de sectores sociales y las de ciudadanos, todas las cuales muchas veces se reducen cuando los poderes de los medios de significación tienden a concentrarse. El Estado debe procurar incrementar la autonomía nacional, regional y urbana en el contexto global; la de cada uno de los grupos y personas que participan de la producción cultural; la de los ciudadanos frente a las opciones culturales.

Es necesario reconocer que existe una tensión entre la noción antropológica de cultura y la noción cultural de Estado. Al fin y al cabo, mientras para los Estados la cultura es un sector específico –un área de la administración–, para las ciencias sociales no hay acciones humanas ni políticas públicas que no contengan en sí mismas dimensiones culturales constitutivas. Así como actualmente cuestiones como la diversidad cultural y la igualdad de género se concentran en áreas específicas de las políticas públicas (ya que hay políticas concretas para promoverlas), en el futuro será necesario concebir dichas cuestiones como elementos transversales que atañen a las políticas educativas, de salud, vivienda, infraestructura, comunicación, etc.

Aumentar la institucionalidad cultural contribuirá a que las políticas públicas que necesariamente intervienen en los significados de los territorios, en la configuración de los espacios urbanos, en los sentidos del cuerpo y en las identidades culturales de los ciudadanos puedan contar con un “presupuesto cultural”. Un presupuesto cultural implica un dispositivo conceptual y normativo que establezca puntos de equilibrio adecuados para considerar los impactos de todas las políticas en la ciudadanía, la participación, la democracia y la esfera pública.



Ya la Unesco ha señalado el riesgo de establecer una división del trabajo en la cual el Estado se encargue de las artes clásicas y el folclore, y el mercado, por su parte, asuma las industrias culturales y las culturas de masas. Por ese camino, sería difícil evitar la reproducción de desigualdades culturales persistentes. En ese sentido, una mayor institucionalidad también será clave para que el Estado avance en la asunción de responsabilidades sobre el conjunto del proceso cultural.

Afirmar el rol insustituible de los Estados iberoamericanos en el reconocimiento de los derechos culturales y el derecho a las culturas

Ante los intereses divergentes y notables que despiertan la diversidad, la producción, la circulación y el acceso a la cultura en todas sus formas, resulta imprescindible reafirmar el lugar del Estado como promotor y regulador de los intereses generales, del establecimiento de reglas claras que promuevan una creciente democratización de la cultura. Esto incluye como capítulos centrales reconocer los derechos culturales, entre los que se destaca el derecho de cada grupo, colectividad o persona a la diferencia cultural.

Incentivar la participación ciudadana mediante Consejos Locales, Regionales y Nacionales de Cultura, afirmados por la ciudadanía

Es necesario construir mecanismos eficaces para ampliar progresivamente la participación ciudadana, para que los diferentes puntos de vista puedan construir consensos específicos y viables sobre las prioridades locales, regionales y nacionales, de modo tal que se aumente el compromiso de la ciudadanía, de las organizaciones sociales y de los diferentes niveles del Estado con los derechos culturales, la democratización y los cambios culturales democráticamente decididos.

Promover el reconocimiento creciente de las libertades y los derechos culturales como nueva dimensión de los derechos fundamentales

Es parte del consenso internacional que la violación de los derechos culturales provoca graves injusticias, situaciones de violencia social y guerras. También forma parte de dicho consenso que es necesario tener en cuenta la dimensión cultural de los derechos humanos que están reconocidos actualmente. Por ello, respetar la diversidad cultural y los derechos culturales es crucial para la legitimidad y la cohesión de un desarrollo humano sostenible. Aun cuando es crucial tener en cuenta las desigualdades históricas entre sociedades y culturas –lo cual plantea un escenario con inequidades que todavía no se han superado–, una concepción universal de los derechos culturales es la única alternativa genuinamente democrática a las perspectivas particularistas y del relativismo cultural extremo. Los derechos de las personas a elegir su propia identidad, a que se respete su cultura, a la preservación y acceso al patrimonio cultural –además de los derechos educativos, de la información y de la comunicación– son parte central de los derechos humanos fundamentales.

Difundir la idea de que los Estados son los principales responsables de la defensa de los derechos humanos y culturales, de las libertades fundamentales y de la democracia

Para ello, se deben poner en escena y fortalecer los preceptos desarrollados en los convenios y tratados internacionales sobre el tema. Además, se debe generar una plataforma teórica que sustente las ideas y conceptos que subyacen a estos convenios y tratados internacionales y que se orientan a los actores sociales.

Debemos intentar fortalecer una cultura de la democracia y los derechos humanos en la que se incorpore la centralidad de los derechos culturales. A lo largo del siglo xx, las sociedades y culturas iberoamericanas han sufrido en diferentes momentos las consecuencias del autoritarismo, de la restricción de libertades, de la represión política y de la búsqueda de mecanismos de homogeneización cultural forzosa. La estabilidad democrática actual –que, para la mayoría de los países de Iberoamérica, es la más extensa de su historia– constituye una base sólida que permite asumir colectivamente nuevos desafíos. Reafirmar el lugar del Estado, en todos sus niveles, como protagonista de la defensa y la promoción de los derechos humanos es un objetivo que la región comparte, así como una de sus contribuciones a los debates sobre una cultura global de los derechos humanos. En su diversidad y a partir de sus historias particulares, las sociedades iberoamericanas asumen como un valor propio y como un objetivo en el que se hace necesario profundizar que cada uno de los habitantes de la región, que cada uno de sus ciudadanos y grupos, pueda disfrutar del conjunto de los derechos humanos consagrados internacionalmente en los tratados y convenios de manera integral.

Para conseguir todo esto es necesario incorporar a los diferentes actores sociales en dos dimensiones: como sujetos de dichos derechos y como sus promotores y garantes. Una cultura de los derechos humanos solo puede edificarse sobre el protagonismo de la sociedad y de sus diversos líderes y agrupamientos cívicos.

Esto implica trabajar por la construcción de nuevos sentidos comunes, para lo cual es necesario desplegar políticas institucionales sostenidas en el tiempo. Evidentemente, la educación formal cumple un papel de gran relevancia, pero también lo hace la promoción de debates ciudadanos en niveles locales, regionales o nacionales, así como la circulación informal de símbolos, relatos, rituales e imágenes. Una cultura afirmada es la mejor garantía para el futuro de nuestras sociedades, ya que, cuando un sentido común favorable a los derechos humanos se expande e instituye, otorga continuidad a las normativas, a las políticas y a las prácticas cívicas.

Una sociedad que es intolerante con las desigualdades extremas necesita proteger y promover los derechos económicos, sociales y culturales. Eso puede requerir que se hagan cambios jurídicos, que se apliquen las leyes vigentes, o que se creen o modifiquen instituciones públicas. A la vez, es necesario consolidar un sentido común y una cultura para que todos los habitantes del país se apropien de esos recursos.

En el futuro será conveniente profundizar en la creación de una plataforma teórica iberoamericana sobre la base de la diversidad de experiencias desarrolladas en la región y en el mundo.



Fortalecer la Institucionalidad Cultural Iberoamericana

Para favorecer la coordinación regional en torno a los objetivos de esta Carta, es deseable procurar un cierto grado de homogeneidad en el área (cultura) y en su nivel o rango. Institucionalizar la cultura en el máximo nivel ministerial requiere de acciones complementarias: una mayor coordinación multilateral para acentuarla como tendencia regional, una definición específica y transversal de las competencias, así como una mejora de los niveles de formación y profesionalización de esas áreas de gobierno. Estas dimensiones se aplican a los diferentes niveles del Estado con las especificidades que sean propias de cada uno.

Para definir las competencias no se puede, simplemente, sumar las áreas de los viejos conceptos de cultura a las nociones contemporáneas. En realidad, tales nociones, plasmadas en esta Carta, dan cuenta de la necesidad de incluir competencias transversales que permitan una interacción ágil, dinámica y productiva con las otras áreas de gobierno.

Para avanzar en la calificación de los recursos humanos involucrados en la gestión pública de la cultura se establecerán planes nacionales y también mecanismos regionales de cooperación, con el objetivo de que, dentro de pocos años, se disponga de personal con formación específica en las principales áreas culturales del gobierno. Además, se instrumentarán mecanismos para ampliar la cantidad y calidad de dichas calificaciones y para facilitar estancias en distintos países de la región, de tal modo que las fortalezas de cada uno en determinados temas o subáreas supongan una aportación a una red de formación de recursos humanos.

Propiciar la comprensión de la cultura como factor de inclusión social y de gobernabilidad

Para conseguir difundir esta idea de cultura, será preciso llevar a cabo acciones institucionales y de formación.

■ Acciones conjuntas por parte de instituciones que generan opinión pública para trabajar el concepto de cultura

Para poner en marcha una noción expandida de cultura como la señalada antes, que despliegue su productividad educativa y social en diferentes ámbitos vinculados a los temas prioritarios de cada sociedad –desde el trabajo y la producción hasta la vida familiar, los espacios educativos o los centros de salud– resulta clave articular una red con las diversas organizaciones de la sociedad civil, que tenga en cuenta las particularidades de cada nación. Una estrategia de ese tipo permitirá dar cuenta de la relevancia de las actividades específicamente culturales, así como de la consideración cultural que otras actividades puedan tener, sin perder de vista la heterogeneidad y complejidad de los distintos entramados sociales.

■ Realizar actividades para formar e informar a los funcionarios responsables de esas instituciones

Resulta decisivo que los educadores, los agentes de salud, los planificadores de vivienda social, los ingenieros que diseñan infraestructuras que modifican los territorios habitados, los urbanistas que trabajan en el espacio público y las fuerzas policiales y de seguridad incorporen la dimensión cultural a su comprensión de los fenómenos, a su planificación y a su actividad cotidiana. En un contexto democrático y de respeto por la diversidad,

la efectividad de sus prácticas y el cumplimiento de sus objetivos dependen de la cultura mucho más de lo que actualmente se supone. Esto es así porque cuando desempeñan sus cometidos, interactúan con los distintos aspectos de la heterogeneidad y la complejidad cultural. Si vivimos en sociedades multi- e interculturales y si los significados del cuerpo, del espacio y del desarrollo personal y colectivo varían entre los diferentes grupos, zonas y géneros, resulta evidente que la comprensión de la dimensión cultural es una condición necesaria para que la acción del Estado, de sus instituciones y funcionarios sea efectiva, inclusiva y democrática.


Para comprender esta dimensión, es necesario superar dos desafíos ambiciosos. En primer lugar, hay que establecer planes de formación cultural para las distintas áreas del Estado y para sus funcionarios. En segundo lugar, es preciso generar alianzas entre el sector cultural y aquellos sectores del Estado que se muestren más abiertos a incorporar de manera expedita este aspecto en su planificación y acción. Estamos afirmando que, a largo plazo, debemos asumir que el Estado solo podrá cumplir sus propios objetivos en la medida en que incorpore la cultura como una parte constitutiva de sus políticas, sus normativas y sus prácticas. A la vez, a corto plazo, y partiendo de la base de que se trata de un proceso, se considera relevante comenzar a desplegar esa actividad transversal junto a diferentes instituciones y áreas en función de las distintas realidades de los países.

Promover la inclusión de la cultura en los planes de desarrollo económico y social de cada país

Si entendemos que todas las sociedades desean un mayor desarrollo económico, social y cultural, es preciso enfatizar que los beneficios del crecimiento y del aumento de la producción, por un lado, y la inclusión social y la equidad distributiva, por otro, son condiciones necesarias –aunque no suficientes– para lograr que la libertad y la autonomía aumenten en el seno de nuestras sociedades. Para alcanzar de manera efectiva estos objetivos, es necesario incluir en las agendas la necesidad de articular los aspectos económicos, sociales y culturales. Serán las sociedades que valoren los derechos humanos, los derechos a la diversidad y los derechos culturales las que potenciarán los avances y desarrollos locales, regionales y nacionales.

Es sabido que, en épocas pasadas, cuando la democracia no ocupaba el lugar central en los valores sociales que tiene en la actualidad, había modos de imaginar y planificar el desarrollo que consideraban que la diversidad y la heterogeneidad eran obstáculos que había que superar. Durante estas épocas, en muchas ocasiones, se consideró que la función cultural del Estado era civilizadora y homogeneizante; en este modelo, las peculiaridades culturales se percibían como problemas. Actualmente, cada sociedad considera que sus diversidades son parte de su capital, parte de la convivencia no solo de valores, perspectivas o rituales, sino también de saberes y formas de conocimiento. Al mismo tiempo, en todas las sociedades quedan resabios –a veces aún intensos– de discriminación racial, nacional, de género o religiosa. Sin embargo, los Estados parten de la base del respeto a la diversidad y llegan incluso a reconocer y fortalecer sus posibilidades. Por lo tanto, asumen como uno de sus principales desafíos hacer frente a la xenofobia y atacar las raíces y manifestaciones de racismo y sexismo, así como todas las formas de discriminación.

El nuevo desafío consiste en articular procesos productivos y tecnológicos con dimensiones sociales y culturales. La creatividad artística y cultural de las sociedades es una muestra de que la imaginación social tiene una capacidad abarcadora que implica tanto nuevos emprendimientos económicos e institucionales como nuevas formas de consolidar y multiplicar los lazos y las redes sociales. Resulta evidente que dicha articulación no se da por sí sola, no es de ningún



modo automática; al contrario, es un desafío de los Estados, de los organismos multilaterales y de los agentes sociales que puedan participar en la construcción de esos horizontes.

En ese marco, se hace patente la necesidad de entrelazar las formas de inclusión social y las de inclusión cultural, los procesos de reconocimiento simbólico y los de inserción efectiva en los procesos económicos. Para un ciudadano o para una comunidad, “ser parte”, “estar dentro” o “sentirse incluido” es un proceso simultáneamente material y cultural. Las nociones de inclusión y exclusión se definen por un espectro amplio de asuntos: desde las cuestiones relativas al empleo hasta las que tienen que ver con la disponibilidad de las nuevas tecnologías; desde el acceso a los sistemas de salud hasta la posibilidad de participar en procesos comunicativos; desde la calidad de las viviendas hasta el reconocimiento oficial de rituales específicos y particularidades culturales. Como no hay política social que carezca de una dimensión simbólica, es necesario promover el entrelazamiento de las políticas sociales y culturales como parte de la construcción de ciudadanía, como parte de su inclusión y su participación.

Fortalecer los marcos jurídicos y legales en el ámbito de la cultura

Desarrollar y profundizar en los conceptos de interculturalidad, multiculturalidad, biodiversidad y descolonización cultural

■ Propiciar un Convenio sobre el Tráfico Ilícito con el Patrimonio

Todos los consensos que puedan lograrse serán pasos sólidos para fortalecer una perspectiva regional sobre la cultura. No obstante, está claro que existen zonas en las que alcanzar dicho fortalecimiento es más sencillo que en otras. En ese sentido, es necesario construir una agenda para avanzar hacia acuerdos que permitan –en los ámbitos en que sea factible– armonizar la legislación cultural y que promuevan –donde no sea factible lo anterior– conversaciones, debates y estudios que puedan proveer avances específicos.

■ Consolidar el diálogo intercultural entre las naciones y las subregiones de Iberoamérica

Aún hoy resulta llamativo el desconocimiento que las diferentes regiones de Iberoamérica tienen unas de otras, la circulación desigual de la producción cultural y la existencia de preconceptos que ahondan la incompreensión de muchos fenómenos locales y nacionales. El diálogo intercultural es una necesidad urgente que solo puede darse si, en el ámbito regional, se generan condiciones equitativas para que las naciones, las subregiones y las culturas se conozcan unas a otras. Ese diálogo parte de la base de que la diversidad es una fuente de enriquecimiento, siempre y cuando se dirija a explotar su potencial creativo y se rija por un sentido de la equidad. En las condiciones actuales, resulta crucial que los Estados regulen el diálogo para garantizar que no haya conflictos que terminen en situaciones de violencia de ningún tipo; también es vital que reconozcan desigualdades históricas que es imprescindible mitigar para que el conocimiento, el reconocimiento, el aprendizaje y los cambios culturales que es preciso emprender sean genuinos y duraderos.

Crear espacios para el diálogo intercultural o favorecer iniciativas ciudadanas en esa dirección para avanzar en el conocimiento, el entrelazamiento y el reconocimiento creativo de la diversidad son tareas que merecen multiplicarse en todos los niveles de intervención en que sea posible.

- **Enfatizar la participación activa, crítica, democrática y pluralista, cuya naturaleza se manifieste y encarne en el sentimiento de pertenencia a un proyecto común**

El sentimiento de pertenencia a un proyecto común será el fruto de un conocimiento genuino, equitativo, pluralista y profundamente democrático. Las identidades compartidas solo pueden crearse y potenciarse si se generan unas condiciones sociales, culturales y políticas para que los ciudadanos se perciban como parte activa y crítica de las mismas. En este sentido, los avances en el respeto a los derechos humanos de todos los ciudadanos de todos los países de la región proveerán una base sólida. Asimismo, es indispensable promover activamente la circulación de ideas, personas y productos culturales.

Fortalecer el compromiso de los Estados iberoamericanos para valorar el sector cultural dentro de las prioridades de desarrollo de la región en la sociedad del conocimiento

Todos los aspectos desarrollados en este capítulo nos remiten, nuevamente, a la importancia de comprender el valor central de la cultura para un desarrollo humano sostenible. Como hemos señalado, la cultura es una condición, un medio y un fin del desarrollo. Por ello, a lo largo de los siguientes capítulos se especificarán análisis, acuerdos y tareas que contribuirán a comprender el impacto que la cultura tiene en el desarrollo de los países y de la región.

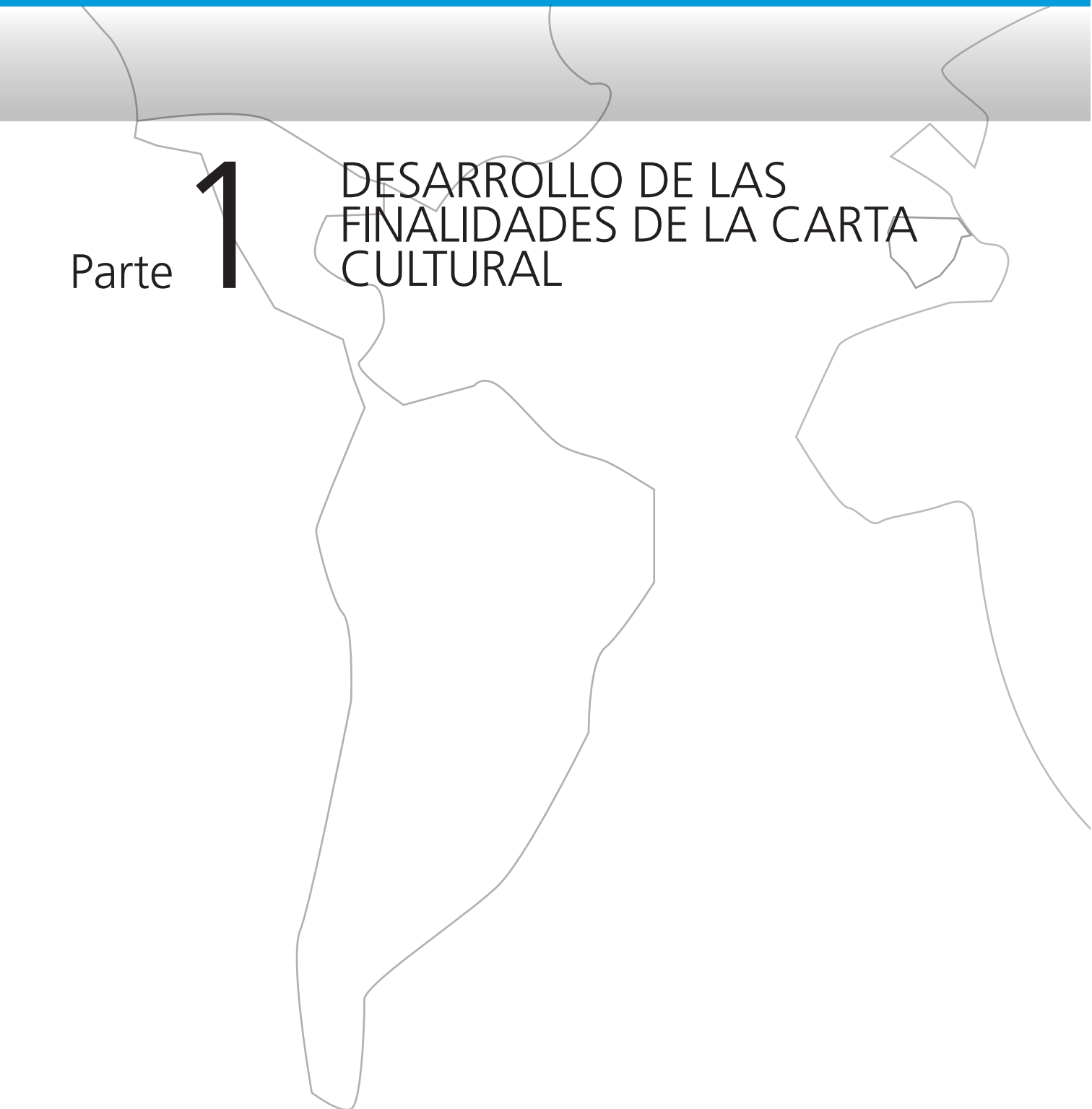
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 2

PROMOVER Y PROTEGER LA DIVERSIDAD CULTURAL

Desarrollar y dotar de contenido a los conceptos de interculturalidad, multiculturalidad, biodiversidad y descolonización

Una tarea que todos compartimos es la de construir nuevas perspectivas que nos permitan aproximarnos a la complejidad del mundo contemporáneo. En el siglo XXI, el dilema no debería formularse en términos de una «conservación de la diversidad», ya que la idea de preservación corre el riesgo de hacer que se mantengan, no solo las diferencias de cosmovisiones, sino también las profundas desigualdades sociales asociadas a las categorizaciones sociales.

Para el evolucionismo clásico, las diferencias culturales eran necesariamente diferencias evolutivas. Básicamente, se concebía la diversidad como una expresión cultural del distinto desarrollo de las sociedades. Desde esa perspectiva, aumentar el desarrollo y la igualdad eran ideas que implicaban una reducción de la diversidad. Se consideraba que la integración socioeconómica y la homogeneización cultural eran procesos necesariamente convergentes.

Sin embargo, históricamente, no ha habido convergencia del desarrollo económico-social y la reducción de la diversidad. Así como hay sociedades que articularon su desarrollo y el fortalecimiento de su especificidad cultural, otras —en contextos coloniales y poscoloniales— vieron cómo su organización cultural se destruía y, con ella, cualquier perspectiva de desarrollo.

A medida que se fueron apreciando cada vez más la cultura y la diversidad, esa concepción evolucionista se fue debilitando: ahora prevalece una valoración de la diversidad, de sus dinámicas creativas y de la vida democrática. Eso sí, también se plantean nuevos riesgos. Por ejemplo, existe el riesgo de que el escenario quede dominado por perspectivas particularistas que enfatizan el valor y los derechos de cada grupo, sin atender a las dinámicas interculturales y a los desafíos de la vida democrática. Si las luchas por los derechos a la diferencia se limitan a subrayar que la diferencia justifica derechos específicos, verán desdibujado su enorme potencial democrático en un nuevo horizonte que pueden recaer en elementos autoritarios y hasta fundamentalistas. El otro riesgo, difícil de menospreciar, es que para rechazar los fundamentalismos se retroceda en el reconocimiento de la diversidad cultural.

La protección y promoción de la diversidad no debe comprenderse como un acto de preservación de todas las diferencias que existen actualmente, sino como un proceso de apoderamiento de los ciudadanos y las comunidades gracias al cual puedan disfrutar plenamente de la libertad de decidir qué tradiciones, valores, prácticas y rituales desean reproducir, recrear o transformar. La diversidad cultural se distingue de la biodiversidad porque es un proceso histórico, en el cual se condensan necesariamente contextos sociales que abarcan desigualdades de poder entre los grupos y dentro de los grupos.


La reificación de las culturas como si fueran entidades biológicas plantea todos los riesgos de los diferentes fundamentalismos culturales. En particular, esto se concreta en la idea de que solo una cultura puede comprenderse a sí misma: si creemos en esta idea, estamos afirmando que ninguna cultura puede comprender a otra. Esta supuesta incomensurabilidad entre las culturas y los seres humanos lleva a una serie de políticas que promueven la incomunicación como elemento que garantiza la ausencia de conflictividad o de “choque de civilizaciones”.

Cuando se plantean el derecho a la igualdad y el derecho a la diversidad, no se postula que los seres humanos deban mantener intactas todas sus creencias y prácticas. Lo que distingue a una perspectiva democrática y basada en los derechos humanos es el desarrollo de políticas para que nunca más se produzcan cambios culturales basados en desigualdades de poder entre grupos, en formas de violencia o de colonización. Avanzar en la descolonización es avanzar en una visión contraria a cualquier evolucionismo lineal y contraria a cualquier intento de jerarquización de las culturas. Ninguna cultura puede ser considerada superior a otra; ninguna cultura y ningún agente social tiene derecho a imponer cambios culturales.

En ese sentido, proteger y promover la diversidad cultural implica fortalecer la autonomía y la libertad de los grupos y los ciudadanos. Esa autonomía, que los protege de cualquier perspectiva colonialista o “civilizadora”, evita que se impongan cambios o que se preserven tradiciones culturales que los pueblos desean modificar. El acceso a las nuevas tecnologías, a la educación bilingüe e intercultural, a una salud pública abierta a la diversidad y a posibles cambios en las relaciones entre los géneros o las generaciones son decisiones de los grupos, de las colectividades y de los ciudadanos. El análisis antropológico ha mostrado sobradamente que esos cambios culturales, si no son impuestos, pueden producirse sin dañar los marcos culturales y las formas que esas comunidades tienen de identificarse.

Esto es importante porque no hay actualmente en el mundo sociedades o culturas exentas de múltiples desigualdades, diferencias y conflictos –entre generaciones, entre clases y géneros–, que dan lugar a su vez a una gran diversidad de interpretaciones. Además, las fronteras entre los grupos son muchos más porosas que la imagen de un mundo dividido; lo cual es más cierto si cabe porque las personas y los símbolos no siempre pueden asociarse de modo simplista a un territorio determinado.

La realidad intercultural plantea dilemas morales nuevos para todos los grupos e instituciones. Los distintos actores (los más poderosos y los que lo son menos) cambian en el proceso intercultural y producen nuevas prácticas vinculadas a sus propios principios de justicia. Todavía hoy, la mayoría de los ciudadanos perciben los problemas morales de otros pueblos y muchas veces olvidan los dilemas o las violaciones a la moral que se producen o se han producido en su propia sociedad. La ecuanimidad en los juicios morales interculturales es un gran desafío para los próximos años. El desafío es propiciar un diálogo creativo que permita articular soluciones situadas que, sin renunciar a valores bási-



cos (como el derecho a la vida, a la integridad del cuerpo, a no ser esclavizado), permitan comprender otros puntos de vista y reconocer el valor de los procesos de cambio que los diferentes grupos y sociedades deciden. Renunciar a todas las formas de fundamentalismo tornaría posible una democracia cultural y política más heterogénea y capaz de aceptar articulaciones de prácticas y valores diferentes.

Así, la interculturalidad abre un horizonte en el que se recupera la heterogeneidad, pero desde una perspectiva que mitiga las desigualdades entre quienes son diferentes. Esta interculturalidad se aborda desde una visión que no teme el conflicto –al fin y al cabo, la diferencia y sus manifestaciones son constitutivas de la vida democrática–, pero que insiste en el rol que ha de desempeñar el Estado para regular esos conflictos y mantenerlos dentro de marcos que eviten la discriminación y la violencia.

Promover el respeto de las cosmovisiones y la capacidad de autodeterminación de las culturas iberoamericanas (descolonización)

Desde hace varios años, diversas sociedades de Iberoamérica han llevado a cabo experiencias de educación bilingüe e intercultural. Las diferentes políticas, condiciones y realidades brindan la oportunidad de realizar un análisis de los dispositivos y de sus consecuencias, límites y potencialidades. Un conocimiento sistemático de esos diferentes contextos, logros y dificultades permitirá compartir en el espacio iberoamericano un horizonte de las posibilidades que existen de crear o fortalecer programas con estas características, que incluyan dimensiones como la formación docente, la participación de la comunidad y las dinámicas de inclusión social y cultural.

Promover la inclusión en nuestras sociedades de los jóvenes, los discapacitados, los pueblos originarios y afrodescendientes, etc.

Las diversas realidades de las sociedades de Iberoamérica tienen como una de sus tareas pendientes acometer diferentes avances jurídicos (incluidas las reformas constitucionales) para el reconocimiento del carácter pluricultural y multilingüe de diferentes naciones. Del mismo modo, la promoción activa de los derechos humanos y de los específicamente culturales de las poblaciones originarias, afrodescendientes y de inmigrantes dentro del espacio iberoamericano se realiza de diferentes maneras y con distinta intensidad en cada país: es necesario promover acuerdos y escenarios que permitan un avance significativo en esta dirección.

Para ello es preciso avanzar simultáneamente en la profundización sobre el conocimiento público de la diversidad y de las diferencias culturales, así como en la implementación de dispositivos de formación sistemática para los líderes sociales y para los funcionarios públicos de distintas áreas.

- **Fortalecer procesos locales para la formación artística y cultural de los niños y jóvenes de pueblos originarios y afrodescendientes gracias a los cuales puedan aprender y desarrollar creaciones**

La enseñanza musical, literaria, artística y cultural entre las poblaciones originarias y afrodescendientes debe

contemplar a la vez la voluntad por aprender tradiciones de las comunidades y la vocación por generar nuevas formas artísticas o culturales que dialoguen con otras vertientes y tradiciones. En las ciudades iberoamericanas, hay jóvenes con identidades indígenas o afro que promueven la difusión de culturas y cosmovisiones antiguas, así como jóvenes que exploran intersecciones entre aquellas historias culturales y otros procesos de carácter urbano y global. Una política cultural que promueva la autonomía y la creatividad no buscará que quienes vienen de determinada historia puedan simplemente reproducirla, sino que intentará generar las condiciones para que las personas y los grupos puedan trabajar creativamente con su propia historia o con entrelazamientos múltiples entre esta y otras corrientes o tendencias.

■ **Garantizar una educación intercultural bilingüe de calidad a los alumnos pertenecientes a minorías étnicas y pueblos originarios**

Como se ha señalado, aunque ha habido avances significativos en este objetivo, en algunas zonas las experiencias son disímiles y los logros, insuficientes. Conseguir que este derecho se encuentre garantizado es una condición para que todos los niños y jóvenes de la región gocen de una genuina igualdad de oportunidades.

Considerar el enfoque de género

Dentro de las desigualdades que persisten en el mundo contemporáneo, las de género son una de las más graves; este ámbito es, también, una de las dimensiones donde más avances se han logrado y donde más se continúa debatiendo. Cuando la desigualdad de género se combina con desigualdades étnicas se produce uno de los escenarios de mayor injusticia y que afecta a muchas sociedades.

Los estudios y experiencias sobre la cuestión de género y la diversidad cultural han mostrado las limitaciones de dos modelos. Por un lado, el modelo que toma las realidades de ciertas regiones del mundo y pretende aplicarlos a cualquier otra realidad o contexto. Por otro lado, el modelo que a partir de esas limitaciones de la visión homogeneizante o bien postula un relativismo que busca legitimar inequidades internas de los grupos, o bien sostiene que estas no existen en las culturas o sociedades más tradicionales.

El protagonismo de las mujeres y la reclamación de sus derechos y de su capacidad de apoderamiento se ha planteado en todos los niveles y ámbitos: global, regional, nacional, local. En este sentido, conviene recordar que, por ejemplo, en algunas naciones las mujeres alcanzaron derecho al voto hace muy poco tiempo. Las inequidades de género y la violencia contra las mujeres existen en todas las sociedades y culturas. Sin embargo, las realidades son diversas; del mismo modo, los objetivos de las mujeres y de sus movimientos pueden ser distintos.

Por otra parte, en los últimos años también se han fortalecido las reivindicaciones sobre los derechos de los ciudadanos y movimientos con opciones sexuales diversas; esto plantea un desafío significativo a visiones culturales muy arraigadas que naturalizan los prejuicios, los estereotipos y las formas de discriminación.

Teniendo esto en cuenta, corresponde buscar acuerdos para fortalecer las políticas que coadyuven a una participa-



ción económica, laboral, social y política en la vida democrática que sea cada vez mayor y que procure una creciente igualdad de género. Al mismo tiempo, corresponde que esas políticas estén abiertas a las necesidades específicas, a los contextos concretos y a las demandas reales de los ciudadanos y de sus movimientos.

En definitiva, se trata de enfatizar la necesidad de esas políticas y esos objetivos, a la vez que de construir un abanico de posibilidades: desde los microcréditos hasta el trabajo formal, desde las artesanías hasta el turismo, desde la participación en la investigación y en la innovación tecnológica hasta la participación política.

Enfatizar entre las comunidades y los agentes culturales la importancia de valorar y proteger la diversidad cultural del país

Debemos considerar la diversidad como un enfoque, un componente que dota de contenido a todas nuestras acciones y que promueve la apropiación social del patrimonio como forma de asegurar que los ciudadanos lo preserven, gocen y disfruten.

- **Animar la producción de contenidos culturales entre varios países, en especial los referidos a la historia, a las figuras de referencia y a los artistas y creadores culturales**
- **Preservar y transmitir el patrimonio histórico y cultural de cada país mediante procesos de restauración de cascos históricos**

Promover mecanismos entre las naciones de Iberoamérica que permitan la certificación de los elementos simbólicos y propios de cada país

Una de las cuestiones centrales en las que insistimos al valorar la cultura y la diversidad es que el conocimiento intercultural constituye una condición necesaria para avanzar hacia sociedades más equitativas, abiertas a la diferencia y profundamente democráticas. Entendemos, eso sí, que el desafío es importante y que algunos de sus aspectos solo podrán lograrse en el medio plazo. Por ello, es conveniente concretar algunas iniciativas que permitan consolidar una dinámica de intercambio y acceso para intensificar la circulación y el reconocimiento dentro de la región. Eso permitirá contribuir a crear bases más sólidas para dar los pasos necesarios hacia un desarrollo humano sustentable.

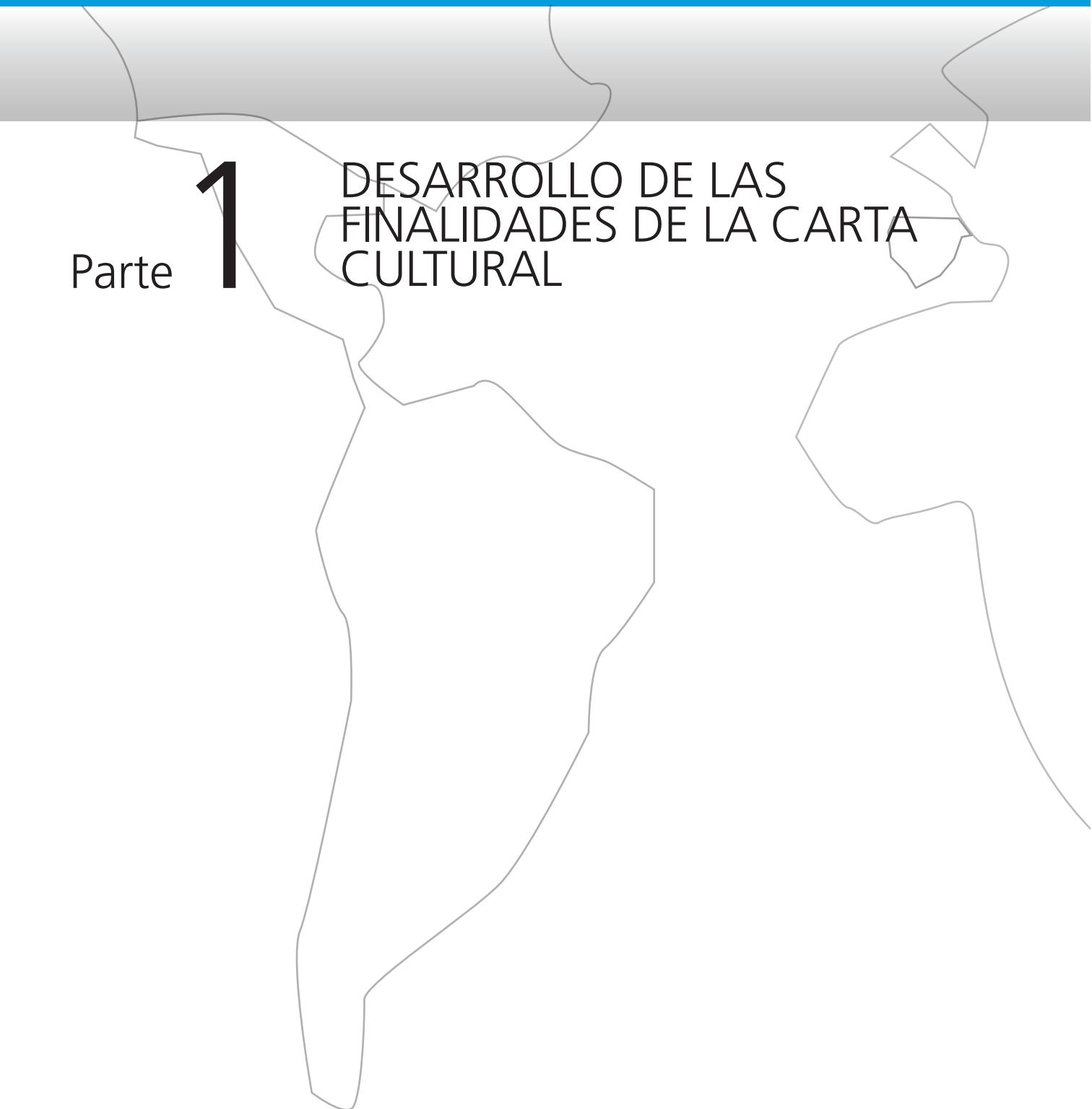
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 3

CONSOLIDAR EL ESPACIO CULTURAL IBEROAMERICANO

Uno de los fines de la Carta Cultural Iberoamericana es “consolidar el espacio cultural iberoamericano como un ámbito propio y singular, con base en la solidaridad, el respeto mutuo, la soberanía, el acceso plural al conocimiento y a la cultura y el intercambio cultural”.

El espacio cultural es un entramado de aspiraciones comunes, redes, bloques subregionales, sistemas de coordinación y de encuentro, que se unen en torno a la creación, circulación y apropiación social de la cultura. Está compuesto de subespacios, circuitos y flujos no siempre formales, así como de acuerdos, convenios e instituciones. Sin embargo, lo importante del espacio cultural iberoamericano son los procesos que lo conforman y los actores que los llevan a cabo.

El sentido político del espacio cultural iberoamericano está construido sobre las ideas y el ejercicio de la democracia, la convivencia pacífica, el significado de la esfera pública, la importancia de la participación social y la equidad. Pensar que, mediante la cultura, es posible la integración de una región que supera los seiscientos millones de habitantes forma parte de un ideal político. Al fin y al cabo, esto solamente es posible si se parte de la configuración de un bloque común, con memorias, tradiciones históricas, prácticas culturales y formas de organización emparentadas y que coexisten con particularidades y diferencias. Como señala Manuel Antonio Garretón (2008), “la cultura pasa a ser el cemento de las sociedades”.

Y si la integración es uno de los propósitos políticos más urgentes para la región, la integración cultural es una de sus manifestaciones más importantes.

Antes de alcanzar la integración económica y política, Iberoamérica ha estado unida por sus lenguas, sus tradiciones comunes, la proximidad de sus prácticas de consumo cultural y la cercanía de expresiones artísticas que, como la música y la danza, el teatro y el cine, forman parte de sus lazos más comunes y sentidos. En la cultura se confirma que la integración no es solamente un problema de los Estados, sino también una tarea de las sociedades. Desde hace décadas y no siempre de manera formal, numerosos creadores, gestores culturales, instituciones y organizaciones culturales de las sociedades civiles de Iberoamérica han venido realizando esta tarea.

En este espacio perviven diferentes opciones políticas, todas unificadas alrededor de la importancia que se les concede a las culturas como vehículos de expresión de las identidades, la diversidad cultural y la interculturalidad, por un lado, y como lugares de la creación, la persistencia viva de las tradiciones y los desafíos de la innovación y el cambio, por otro.


Este sentido político de la cultura se manifiesta en la vitalidad que la democracia conoce en nuestros países, hasta el punto de que hoy se habla insistentemente de ciudadanías culturales y se resaltan los derechos culturales dentro del contexto general de los derechos humanos. Los derechos culturales, base de la ciudadanía cultural y garantía de la participación de los ciudadanos en la vida cultural, se concretan en la conservación y el reconocimiento social de las lenguas; el estímulo de las capacidades creativas y artísticas de todos los ciudadanos; la visibilidad e inclusión de las diversas manifestaciones culturales de una sociedad; el acceso al disfrute de la cultura y el conocimiento; la circulación de las manifestaciones culturales en los ámbitos local, regional e internacional; y la conservación y apropiación social del patrimonio material e inmaterial, entre otros grandes asuntos.

No cabe duda de que cuando se afirman las expresiones culturales locales, frente a los intentos de estandarización, y cuando se reconocen sujetos y organizaciones sociales invisibles, frente al protagonismo de las grandes corporaciones mediáticas y del entretenimiento, se pone en juego un sentido político de la cultura. La política se revela también en la circulación plural y diversa de los bienes y servicios culturales, frente a la concentración de la distribución, y en la ampliación del acceso de los ciudadanos a dichos bienes, frente a su tratamiento como productos de elite.

Como señala la propia Carta Cultural Iberoamericana, “se reconoce, asimismo, la conveniencia de adoptar acciones afirmativas para compensar asimetrías y asegurar el ejercicio de la plena ciudadanía”. También es importante insistir en que la cultura contribuye al respeto y a la promoción de los otros derechos fundamentales.

En la región, son numerosos los creadores, los grupos y colectivos, las asociaciones, organizaciones no gubernamentales y los movimientos culturales que forman parte del dinamismo de la participación popular. Expresan sus opciones políticas desde las prácticas culturales, las artes, la apropiación social del patrimonio, las lenguas, las fiestas o las nuevas tecnologías. Muchos de estos nuevos actores son grupos y comunidades que habían sido excluidos de la participación social y política. Entre ellos se puede mencionar a grupos étnicos, pobladores pobres de las ciudades y el campo, comunidades indígenas o grupos religiosos, así como movimientos de afirmación identitaria, de resistencia sociocultural o que tienen como objetivo principal la defensa de libertades culturales fundamentales.

La mayor parte de la sociedad y la población iberoamericanas está compuesta por jóvenes. Por tanto, el espacio cultural iberoamericano es un espacio de juventud con todo lo que ello significa: dificultades laborales y proyectos aplazados, tensiones educativas y exclusiones. Pero, también y sobre todo, es un espacio preñado de fuerza cultural, de iniciativas múltiples de creación, de participación en el consumo cultural, de nuevos comportamientos simbólicos y de diálogo abierto con los cambios culturales que vive la sociedad y que en muchos casos se hacen realidad a partir de la iniciativa y el compromiso de la juventud. Los jóvenes están haciendo lo que las políticas culturales apenas prometen. Como escribe Néstor García Canclini, las nuevas generaciones plantean estrategias creativas, redes sociales y culturales para crear empleos y formas de inserción en nichos de creatividad y sociabilidad. Por eso, son fundamentales políticas culturales que faciliten que estos jóvenes canalicen sus propuestas de producción audiovisual; sus



emprendimientos innovadores en áreas culturales estratégicas como el diseño, la música, la animación o las empresas de contenidos digitales, y que hagan posible el fortalecimiento del consumo cultural y la interacción entre los nuevos modos de creación digital, las artes y el patrimonio.

La cultura está estrechamente relacionada con asuntos centrales de la agenda política iberoamericana, como son la pobreza, las desigualdades, las distintas formas de violencia y la exclusión, aun cuando, está claro, ella no es el único factor –ni siquiera el más importante– que interviene en su superación. Cada vez es más frecuente la articulación de la cultura con los procesos de desarrollo humano sostenible, así como con la autonomía, la cohesión social y la construcción de sociedades más justas.

Si la integración es uno de los propósitos políticos más urgentes para la región, la integración cultural es una de sus manifestaciones más importantes y uno de sus retos más sentidos.

Incentivar el desarrollo conceptual y la reflexión sobre el concepto “espacio iberoamericano” en un sentido político

Es fundamental incentivar el desarrollo conceptual y la reflexión sobre el espacio cultural iberoamericano, ya que este se caracteriza precisamente por su capacidad de transformación y de constante adecuación a los nuevos contextos y realidades sociales, económicas y políticas.

Una de las primeras iniciativas para lograr la consolidación del espacio cultural iberoamericano es favorecer la participación de todos los países en los programas IBER. Estos han demostrado tener un potencial de convocatoria, de organización institucional, de promoción de la creación local, de formación y de intercambio cultural muy significativo. Los programas IBER constituyen una afirmación real de la existencia de este espacio cultural, ya que estimulan la creación de redes y favorecen las relaciones entre países, creadores y grupos culturales en los campos del cine, la música, el teatro, los archivos, las bibliotecas, los museos y la educación artística. Estos programas unifican esfuerzos, promueven la transferencia de conocimientos, fortalecen el apoyo mutuo y producen continuidad en las acciones.

Cada programa IBER –como Ibermedia, Iberescena, Iberarchivos, Ibermuseos, Iberbibliotecas, además de la Red de Archivos Diplomáticos Iberoamericanos y la televisión educativa iberoamericana– es una contribución al desarrollo del espacio cultural iberoamericano. Por ejemplo, el programa Iberarchivos promueve la memoria, el reconocimiento de la historia de nuestros países, el cuidado y la difusión del patrimonio documental y el libre acceso de los ciudadanos a la información pública. Por su parte, desde su fundación en 1995, Ibermedia se propuso la creación de un espacio audiovisual iberoamericano que contribuyera al fortalecimiento de la identidad, los imaginarios y los sentidos compartidos de los iberoamericanos, mediante el apoyo a la industria del cine y la televisión, la formación de creadores audiovisuales, la generación de públicos, el intercambio de profesionales del sector y la promoción de coproducciones, tanto de cine como de televisión. Si no tuviéramos la posibilidad de imaginar y narrar lo que somos a partir del mundo de las imágenes, el espacio cultural iberoamericano no sería siquiera concebible. El programa Iberescena busca el desarrollo escénico en los campos del teatro y la danza contemporánea; Ibermuseos, a su vez, promueve los museos como instituciones vivas y de encuentro intercultural, lugares de la memoria con vocación formativa y de respeto a la diversidad

cultural. Finalmente, el programa Iberbibliotecas se propone fortalecer las bibliotecas públicas de Iberoamérica, así como democratizar el acceso de todos los ciudadanos a la información, la lectura y el conocimiento.

Es necesario que la ejecución de los programas IBER contribuya a crear simetrías en el desarrollo de las diferentes manifestaciones culturales de la región. Uno de los aspectos que pueden ayudar a lograr más igualdad es aplicar cuotas diferenciadas para las naciones más desfavorecidas de la región y brindar una atención preferente a los contextos y condiciones que viven estos países para buscar su inserción activa y efectiva en la vida de estos programas.

Para que exista un espacio cultural es necesario que se hagan visibles los supuestos comunes, es decir, lo que nos une y nos identifica en el mundo simbólico. Esto debe hacerse, eso sí, desde las particularidades, los tonos y matices propios y las historias culturales de cada país. Iberoamérica posee un rico acervo de expresiones del patrimonio material e inmaterial, además de una gran diversidad de manifestaciones artísticas y de prácticas culturales. Distintos creadores iberoamericanos se han expresado en movimientos estéticos y culturales de manera diferente.

Además de identificar lo que nos es común, es fundamental su conocimiento e intercambio. La memoria, recopilación y registro de la creación audiovisual, los catálogos musicales, los archivos patrimoniales, los fondos editoriales, las redes museográficas... son un material invaluable para crear un espacio cultural a partir del intercambio. Con todo, aún existe un aislamiento y desconocimiento profundos de todo este conjunto de manifestaciones artísticas, culturales y patrimoniales y una debilidad institucional para lograr su difusión, valoración y reconocimiento social.

Las lenguas son fundamentales para la existencia de un espacio cultural común. El español cohesiona, junto con el portugués, desde hace siglos, la existencia de una comunidad histórica, puesto que facilita la narración, la representación y el intercambio, no solo de lo que nos es más específicamente propio, lo que nos diferencia, sino también de aquello que nos acerca y nos une. Para la construcción de un espacio cultural iberoamericano es fundamental la difusión, formación, ampliación y recreación del español y de portugués, así como el reconocimiento de sus mezclas e hibridaciones, producidas por los flujos migratorios, el contacto con las tecnologías o las estrategias de identificación de subculturas dinámicas, muchas de ellas urbanas. En el español y en el portugués convergen la creatividad y las contribuciones de las diferentes maneras de hablarlo, de imaginarlo y de sentirlo que existen en todos los países que componen el espacio cultural iberoamericano. Su vitalidad reside precisamente en ser un punto de confluencia cultural.

Al mismo tiempo, el espacio cultural iberoamericano es un espacio rico en lenguas vernáculas, algunas de gran amplitud como el quechua o el guaraní, y otras, menos difundidas, pero no menos importantes. A las lenguas americanas nativas se suman las criollas o las habladas por grupos con identidad propia, como sucede con los gitanos y la lengua romaní. Una lengua es siempre la expresión de una historia, de un modo de ser, de un mundo simbólico y social complejo. Tras cada una de las lenguas que conforman el rico acervo lingüístico de la región, hay pueblos, memorias, culturas y relaciones sociales. Defender y difundir las lenguas es una posibilidad que la cultura tiene para contribuir a crear sociedades más multiculturales, pluralistas e inclusivas y, al mismo tiempo, para conservar e impulsar las manifestaciones culturales habladas (oralidades) o escritas en esas lenguas como la poesía, la música, el pensamiento, la narrativa. Las políticas culturales de las lenguas, más que políticas lingüísticas, lo son de revitalización social de las lenguas. La tarea de promoverlas es una conjunción de esfuerzos de las comunidades, que han de contar con el apoyo de las organizaciones sociales, la sociedad civil y los Estados.



Uno de los signos del desarrollo contemporáneo de la cultura es su carácter intersectorial. Cada día son más importantes los lazos tendidos entre las diferentes áreas de la vida social y los diversos campos de la gestión pública. Y cada vez se valora más la contribución que la cultura puede hacer a sectores de la sociedad que en el pasado se veían desligados de ella.

Entre esos lazos están los de la cultura con la educación, el medio ambiente, la seguridad ciudadana, la ciencia, el bienestar social y la economía. En este sentido, una de las relaciones más destacadas es la de la cultura con las políticas y los programas medioambientales. La idea de “sostenibilidad cultural” empieza a abrirse camino en las reflexiones conceptuales que tratan de ir más allá de nociones como las de responsabilidad social empresarial, filantropía o inversión social. La sostenibilidad cultural se refiere a la contribución que la cultura, en todas sus manifestaciones y niveles, puede hacer a la sostenibilidad general del planeta, a la preservación activa del medio ambiente y a la resolución creativa de los graves retos que tiene el mundo en este ámbito. Muchas son las acciones positivas que se desprenden de esta relación. En el caso de Iberoamérica, la relación entre patrimonio cultural y natural, entre cultura y medio ambiente, es estratégica. Al fin y al cabo, en las mismas regiones en que existe y peligra la biodiversidad, también habitan grupos y comunidades que mantienen sus tradiciones y creaciones culturales con enormes dificultades y precariedad. Las actuaciones –positivas o negativas– respecto a la diversidad cultural o la biodiversidad repercuten unas sobre otras, ya que están inextricablemente unidas.

Muchas son las acciones positivas que se desprenden de esta relación. Entre ellas se pueden mencionar la generación de una cultura de la sustentabilidad incorporada en los ideales culturales de niños, jóvenes y adultos y la necesidad de responder individual y socialmente por un planeta cuyo futuro pueda ser asegurado para todos. Durante siglos, nuestras culturas ancestrales han tenido un gran respeto por la naturaleza y consideraban que la relación del ser humano con ella era una parte fundamental de sus cosmovisiones, sistemas de creencias y formas de vida. Así pues, existe un gran potencial pedagógico, simbólico y político en el conjunto de saberes, prácticas y conocimientos de las comunidades ancestrales sobre las relaciones que se debe tener con la naturaleza para respetar su equilibrio, su desarrollo y su conservación integral. Este potencial debe ponerse al servicio de la mencionada cultura de la sustentabilidad como un ejemplo perdurable.

Las diversas manifestaciones estéticas, así como la educación artística, pueden ser socios invaluable de las políticas y las realidades medioambientales. Es mucho lo que pueden hacer a este respecto los creadores audiovisuales y digitales, los compositores e intérpretes de música, los diseñadores y los escritores, los grupos de teatro, entre otros.

En las últimas décadas se ha acrecentado la importancia de la diversidad cultural unida a la diversidad natural. No se debe ahondar la diferencia tradicional entre naturaleza y cultura, sino que, por el contrario, es preciso encontrar puentes que las unan de forma más efectiva y creativa. La diversidad natural se transforma en cultural, puesto que se relaciona directamente con la actividad humana, ya sea para adaptarla, transformarla e incluso destruirla. Es importante generar espacios de trabajo y reflexión conjuntos para las administraciones públicas iberoamericanas responsables de cultura y de medio ambiente y promover la participación en esta tarea de instituciones privadas, fundaciones, colectivos, movimientos culturales y ecologistas y organizaciones no gubernamentales. El espacio cultural iberoamericano se constituye a partir de estas y otras experiencias intersectoriales, que van conformando tejidos sociales y culturales mucho más densos y participativos.

Estimular el diálogo cultural entre los bloques regionales existentes en el espacio iberoamericano

Un espacio cultural no es la mera suma de los territorios físicos y administrativos. Es el diálogo, la interacción y el intercambio entre las diferentes instancias políticas, sociales, económicas y culturales que lo componen. De esta manera, un espacio cultural es un gran tejido de relaciones, de conversaciones, de búsqueda de acuerdos, así como de tensiones e incluso de conflictos.


En este gran tejido existen diversos niveles: desde los bloques subregionales y las instituciones políticas, económicas, culturales y sociales regionales hasta las redes de creadores y gestores culturales, los intercambios entre entidades públicas y privadas de la cultura, los nexos de la diplomacia cultural, los flujos de movimientos sociales y ciudadanos que atraviesan las fronteras de los países.

Para propiciar este diálogo cultural es conveniente emprender iniciativas mediante encuentros, foros, infraestructuras virtuales y redes sociales, que permitan la interacción fructífera de expertos, líderes sociales y culturales, especialistas y académicos. Una labor clave sería la detección de prioridades e intervenciones necesarias en el campo cultural. En este sentido, sería muy interesante integrar esta iniciativa con las funciones del Observatorio que más adelante se propone.

Se considera fundamental la creación de un instrumento de coordinación y articulación, tanto de las instituciones de la cultura como de los otros mecanismos de integración y cooperación subregionales que existen en Iberoamérica. Esta es una necesidad que se expresa de manera constante y con carácter urgente en las más diversas reuniones de cultura. Solo existirá un espacio cultural iberoamericano cuando se articulen las diferentes instancias, cuando se coordinen políticas y se integren programas e intervenciones y cuando haya un diálogo fluido entre los diferentes organismos de integración y cooperación. Todo ello, por supuesto, debe hacerse respetando las especificidades de cada misión y las identidades de actuación propias.

Para ello es necesario realizar un relevamiento de los acuerdos e instrumentos jurídicos que generan los distintos bloques subregionales dentro del espacio iberoamericano. Conocerlos, sistematizarlos y armonizarlos es una primera parte de esta tarea; al mismo tiempo, es indispensable encontrar mecanismos de aplicación conjunta, de evaluación y de seguimiento de sus repercusiones. Hay que pasar de una gran cantidad de disposiciones jurídicas –que a veces se desconocen y no se aplican– a un reconocimiento de las que existen y a una articulación de su acción, en la medida de lo posible. De esta manera, las actuaciones serán más consecuentes y posiblemente más efectivas. Con frecuencia, los países reciben propuestas de diferentes intervenciones desde diversas fuentes institucionales; probablemente, estas serían mucho más eficientes si se realizaran de manera armónica y consensuada.

La cooperación cultural es uno de los componentes centrales del espacio cultural iberoamericano. Esta ha de ser una cooperación simétrica, de socios, que no genere dependencias sino que estimule la proactividad. Se deben valorar los procesos, las estrategias, las experiencias y las acciones de las estructuras regionales y subregionales de cooperación entre los Estados. Existen casos muy interesantes de cooperación cultural sur-sur, de cooperación cultural bilateral entre países de la región, así como entre bloques que cada vez le conceden más importancia, por ejemplo, a las relacio-



nes entre cultura y desarrollo. Es necesario conocer las buenas prácticas de cooperación, las condiciones y contextos en que se han dado éxitos, los actores culturales que han participado, así como los resultados concretos que se han obtenido en las comunidades que se han beneficiado con esas acciones de cooperación.

Valorar las experiencias y acciones de las estructuras regionales y subregionales de cooperación entre los Estados

Desde hace años, varios organismos internacionales que pertenecen al espacio cultural iberoamericano tienen entre sus objetivos la promoción y el desarrollo de la cultura en la región. Para ello han creado instancias de dirección, programas y mecanismos para cumplir con sus objetivos. Es muy importante dar continuidad a estas experiencias y estrategias de cooperación internacional llevadas adelante por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

En este ámbito, la Carta Cultural Iberoamericana es un documento ejemplar no solo en el contexto regional, sino también en el ámbito mundial. Logró generar un acuerdo sobre la cultura sustentado en fines, principios y ámbitos de aplicación muy concretos. Por eso, es un instrumento privilegiado para reforzar la cooperación entre los países y para disponer de un marco común de iniciativas y programas compartidos.

De forma relativamente reciente, la cooperación cultural ha logrado reconocimiento, visibilidad y legitimidad en el mundo de la cooperación internacional. Aun así, se requieren esfuerzos para fortalecer su incorporación como uno de los grandes asuntos de la agenda internacional; ello se puede llevar a cabo profundizando en sus procesos y estrategias, haciendo un seguimiento de sus experiencias, sistematizando sus logros y renovando las dimensiones que forman parte de ella.

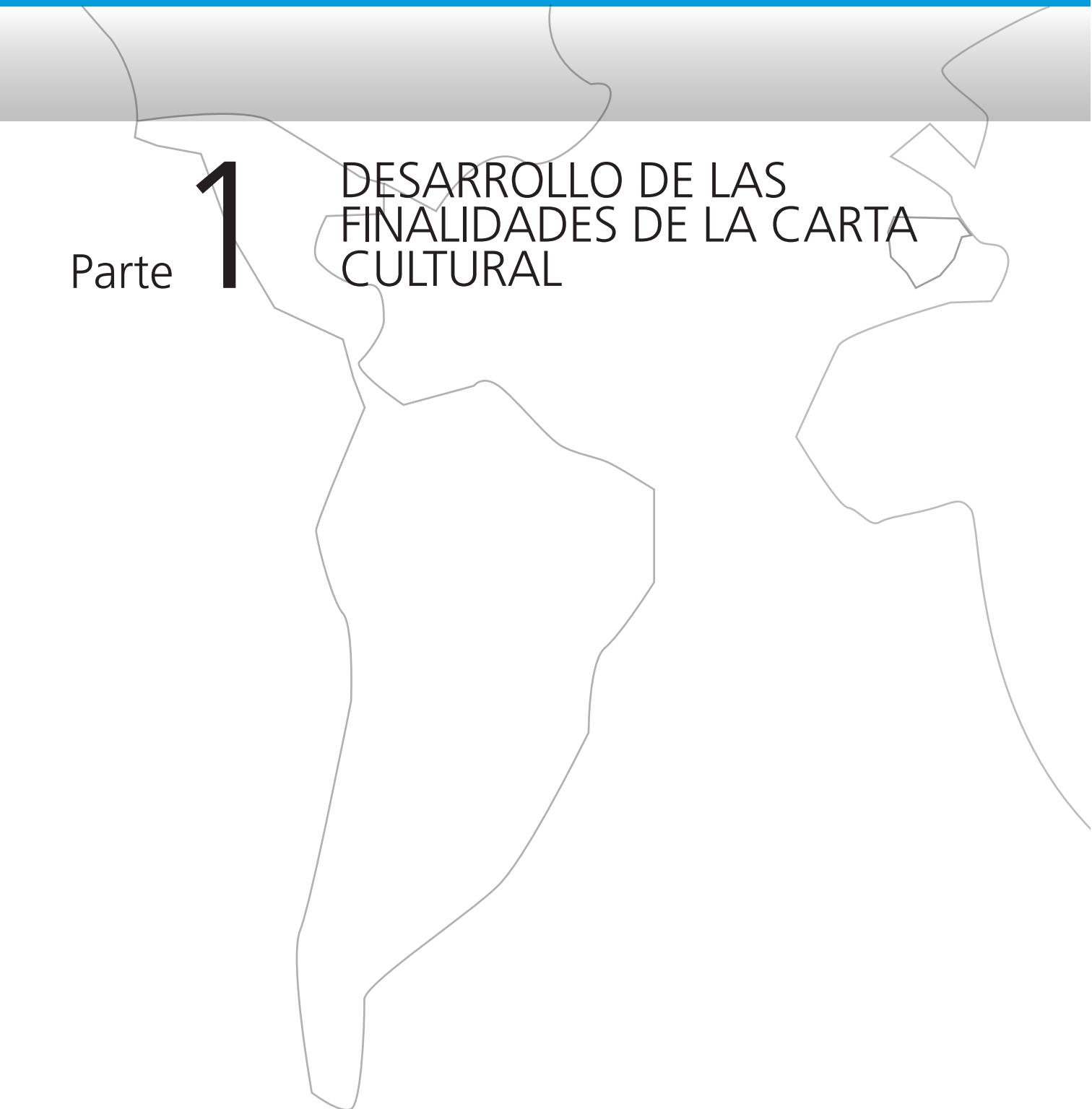
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 4

FACILITAR LOS INTERCAMBIOS DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES

El gran geógrafo brasileño Milton Santos escribió que el espacio está compuesto, a un tiempo, de fijos y flujos. “Los flujos son el movimiento, la circulación, y por lo tanto también nos explican los fenómenos de la distribución y del consumo”.

La idea de espacio cultural iberoamericano está asociada a los procesos de circulación de los bienes y servicios culturales. De este modo, un espacio cultural es una red de interacciones, de intercambios, de canales y mecanismos de distribución de los bienes simbólicos. Es un tejido de acciones promovidas por diferentes sujetos sociales y culturales, que tiene sentido en la medida en que dichas acciones se intercambian, se hacen visibles y se reconocen. Solo hay espacio cultural real en este movimiento de intercambios simbólicos, en el que la distribución se da de la manera más simétrica posible y se intentan evitar las hegemonías, las imposiciones y las exclusiones.

En Iberoamérica, uno de los problemas culturales más graves es precisamente el de las dificultades con que se encuentra la circulación de bienes y servicios culturales. Pese a la proximidad física y a la existencia de una lengua común, en el ámbito iberoamericano, aún es muy difícil que los bienes culturales –especialmente aquellos que se producen en nuestros países– circulen adecuadamente. Son las industrias culturales –y particularmente aquellas que han logrado una difusión masiva, relevancia en los mercados y una adecuada comercialización– las que se distribuyen con mayor facilidad por Iberoamérica, aunque esta distribución todavía está determinada por las decisiones de unas pocas y grandes *majors*. Cuando se abandona el ámbito iberoamericano, es aún más difícil que los bienes y servicios culturales iberoamericanos influyan en otros continentes. Como ejemplo se puede citar la producción de contenidos digitales; los iberoamericanos están en desventaja frente a los que se producen en otras partes del mundo. Aún es muy difícil que el cine, el teatro, las artes visuales e incluso los libros generados en los distintos países de la región –con excepción de los elaborados en España, México, Argentina y Colombia– puedan fluir adecuadamente y ser conocidos y valorados.

Desde hace unos años se han hecho esfuerzos para estimular una circulación mucho más activa y representativa de la creatividad local iberoamericana, mediante los diferentes programas IBER, el trabajo del CERLALC, las redes de medios de comunicación, la televisión educativa iberoamericana, los mercados culturales y otras experiencias.

Existe, sin embargo, una importante variedad de circuitos por los que los bienes culturales pueden circular. Algunos están relacionados con la distribución –con frecuencia informal– de productos culturales. Son circuitos populares que tramitan música, video, humor o publicaciones en palenques, tianguis, ferias de pueblo, festivales populares urbanos y barriales. Junto a las presentaciones en vivo transitan los DVD o CD de fabricación artesanal o semiindustrial que responden a consumos solidarios. Otros circuitos tienen un carácter más formalizado e institucional, con agendas culturales heterogéneas en que la oferta proviene de entidades públicas, así como de empresas privadas, fundaciones, corporaciones, colectivos de creadores y universidades. Existe un nuevo ordenamiento en las fuerzas que impulsan la producción, gestión y distribución de la cultura y las artes, aunque con frecuencia tales fuerzas se concentran en los grandes centros urbanos. Como puede verse, la circulación se ha convertido en un tejido compuesto de flujos muy diferentes, ya sea por la diversidad de quienes los promueven, de quienes intervienen en ellos, de los públicos que los reciben y, por supuesto, del tipo de manifestaciones culturales y artísticas que vehiculan.

La circulación cultural está relacionada con la movilidad tanto de realizaciones culturales como de creadores. Como se observará más adelante, la agilización de los trámites aduaneros para las obras de arte y, en general, los productos culturales es aún una tarea pendiente; también lo es la flexibilización de los trámites de visas y estancias de creadores y grupos culturales. Esto último es un propósito fundamental para promover estancias, intercambios artísticos, participación en festivales, becas y otras acciones dirigidas a potenciar la creación, la formación y una mejor distribución de los bienes culturales en Iberoamérica.


Promover la circulación, movilidad y difusión de los bienes y servicios culturales en el espacio cultural iberoamericano y en el ámbito global

Hay muchos datos que muestran los retos que aún existen para la mejora de la circulación de los bienes y servicios culturales iberoamericanos. Hay países, instituciones y áreas de la cultura que han logrado mayor movilidad y difusión de sus bienes, pero aún es muy alto el porcentaje de invisibilidad y aislamiento cultural. Según las estadísticas de la Unesco, la región de América Latina y el Caribe apenas aporta un 3% a la circulación mundial de bienes y servicios culturales; según el Informe de Economía Creativa de la UNCTAD y el PNUD, son muy pocos los países latinoamericanos que se destacan en la lista de aquellos con mejores índices de exportación de productos culturales.

Así pues, hay que recorrer un camino largo y estimulante para hacer realidad los objetivos de la Carta Cultural Iberoamericana en materia de circulación, como, por ejemplo, el de “Facilitar los intercambios de bienes y servicios culturales en el espacio cultural iberoamericano” y el de “Fomentar la protección y la difusión del patrimonio cultural y natural, material e inmaterial iberoamericano a través de la cooperación entre los países”.

Consolidar acciones de movilidad y promoción de bienes y servicios culturales para fortalecer y normalizar el espacio cultural iberoamericano

Todavía quedan muchas tareas por hacer para generar mecanismos que faciliten la circulación de bienes y servicios culturales; por ejemplo: las transformaciones aduaneras, la mejora de los sistemas de información sobre la oferta cultural de los países, el conocimiento oportuno de las necesidades y demandas más importantes que sienten los países



y sus ciudadanos, el seguimiento y evaluación de los procesos de intercambio y la articulación de la movilidad de los bienes y los creadores con procesos culturales concretos que reciben la influencia de tal circulación.

La circulación será más fructífera en la medida en que la creación sea más intensa, democrática e incluyente. Por eso, es necesario fortalecer los procesos de creación y apropiación de los bienes culturales en la región y desarrollar proyectos, programas y servicios culturales en que intervengan los Estados, los gobiernos regionales y locales, las empresas privadas, las fundaciones, las organizaciones no gubernamentales y, en general, la sociedad civil. En este sentido, es particularmente relevante el movimiento de las ciudades en las que se dan dinamismos culturales muy destacados como la definición de planes de desarrollo cultural, el apoyo a *clusters* creativos y el emprendimiento de acciones sugerentes de participación popular y comunitaria en la cultura.

La información es clave para mejorar la circulación cultural. Con frecuencia, los funcionarios públicos que atienden los asuntos de aduanas, fronteras o seguridad no están formados –ni siquiera de manera básica– en el significado que la movilidad y la circulación de bienes culturales tienen para nuestros países, o bien tienen una visión que se restringe a los problemas del tráfico ilícito con bienes patrimoniales. Por eso, es necesario realizar propuestas de información y formación de opinión en las que participen otros sectores del Estado que están involucrados en el asunto, como son, por ejemplo, los directivos y funcionarios de aduanas, de puertos, de fronteras y de seguridad.

Actualizar y armonizar la legislación sobre propiedad intelectual en toda la región y asumir la tarea de difundir sus principios básicos a todos los ciudadanos

Una de las áreas más sensibles en la vida cultural contemporánea tiene que ver con la propiedad intelectual y los derechos de autor. En todos los documentos institucionales de la cultura, se enfatiza la protección del trabajo de los creadores y, a la vez, la democratización de las posibilidades de acceso de los ciudadanos a la cultura, el arte, la ciencia y, en general, el conocimiento. Es importante aunar esfuerzos para armonizar las prescripciones jurídicas que existen al respecto en los diferentes países que componen el espacio cultural iberoamericano, sistematizar estos esfuerzos, divulgarlos y hacer pedagogía sobre ellos. En este sentido, es importante consolidar y poner en funcionamiento el Portal Interactivo de Derecho Cultural. Este portal debería estar muy atento a la actualización de las decisiones jurídicas en el sector cultural, que suelen ser frecuentes y a veces desconocidas.

El concepto de marca ya no se restringe a los bienes materiales o a la transacción comercial. Se trata de los esfuerzos de todo un país o de uno de sus sectores para ubicarse interna y externamente, impactar en la opinión pública gracias a un signo de identidad, convertirse en un elemento de referencia y acoger en la fuerza del símbolo un conjunto relativamente diverso de valores y acciones. Por ello, se sugiere crear una marca de la cultura iberoamericana que permita ganar la atención y la confianza del público, nacional e internacional.

Promover la reflexión y la investigación en ámbitos relacionados con el intercambio: diplomacia cultural, cooperación y comercio

El intercambio cultural se promueve mediante diversos mecanismos; uno de ellos es la diplomacia cultural. Por ella entendemos el conjunto de acciones culturales que llevan a cabo los países, concertadas con su política exterior, y que

se realizan a través de sus Ministerios de Relaciones Exteriores, sus representaciones diplomáticas en el exterior, las relaciones bilaterales y multilaterales, la intervención diplomática de los bloques regionales y subregionales y la participación en organismos internacionales, entre otros. La diplomacia cultural también tiene otros cauces, como las redes culturales de organizaciones públicas y privadas; los intercambios artísticos, culturales y científicos; las acciones de las asociaciones de emigrantes en otros países; el intercambio entre ciudades, centros culturales y gremios culturales; y las iniciativas culturales de carácter internacional emprendidas por organizaciones sociales y no gubernamentales.

En todas las sociedades y desde hace siglos, el comercio ha sido un instrumento básico del intercambio cultural. Esta relación entre comercio y cultura se ha acentuado con la aparición de las industrias culturales y con la participación de la cultura en mercados cada vez más expandidos y globales. En efecto, existe un flujo constante de bienes y servicios culturales interesados en el acceso a los mercados, las exportaciones e importaciones y la rentabilidad de los productos de la creación. Sin embargo, no hay que olvidar que el intercambio cultural no es simplemente un intercambio de mercancías, puesto que los bienes y servicios culturales tienen que ver no solo con la economía, sino también y principalmente con las identidades, la diversidad cultural, la democracia, la cohesión social y la inclusión.


Otro de los instrumentos del intercambio cultural es la cooperación. Múltiples iniciativas de cooperación facilitan el intercambio de bienes y servicios culturales en condiciones de simetría, respeto y reconocimiento. De hecho, muchas realizaciones culturales, con frecuencia de grupos marginados, continuarían siendo desconocidas sin los esfuerzos intencionados de la cooperación por resaltarlos y hacerlos visibles.

Para promover el intercambio se propone facilitar el encuentro y el diálogo entre actores estratégicos de la cultura, como por ejemplo, entre funcionarios de las Cancillerías y de las instituciones de la cultura, o entre las instancias del comercio, los creadores y las entidades culturales.

Además, conviene generar vínculos activos entre la presencia internacional de los países y las instancias de creación y circulación cultural. Para ello se pueden utilizar todos los formatos y soportes disponibles, desde portales, sitios web y redes sociales, hasta materiales audiovisuales de divulgación, documentos impresos, programas de radio, etc.

Todos los países contemplan la formación de sus diplomáticos como uno de sus objetivos fundamentales. En relación con esto, es perentorio cualificar a los encargados de la diplomacia de los países en asuntos culturales y en gestión internacional de la cultura. Además, es necesario ofrecer esta formación a todos los funcionarios, cualquiera que sea su rango dentro de la carrera diplomática.

También es conveniente establecer conexiones activas entre las iniciativas de comercio de los países y la creación cultural y artística, para que estas últimas se inserten adecuada y eficientemente en los procesos comerciales internacionales y para que haya una comprensión cabal del significado que tienen los bienes y servicios culturales y de cuáles son sus diferencias respecto a otros productos. Asimismo, hay que determinar los flujos de comercio exterior que afectan a los productos culturales, por el impacto que pueden tener en la preservación de la identidad y la diversidad cultural de los países.



La investigación cultural es esencial, ya que proporciona nuevos elementos de análisis, colabora en la sistematización de procesos y prácticas, incorpora el pensamiento local en el contexto del pensamiento y el debate internacionales, da sustento a los procesos de formación cultural y permite ampliar los campos de acción de la cultura y de interacción de esta con otras áreas de la vida social. Por eso, es preciso ampliar los programas de investigación en el ámbito cultural y establecer acuerdos estables entre el campo científico y los programas de desarrollo cultural. Para ello se propone apoyar las iniciativas al respecto de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) –como, por ejemplo, su programa de diplomacia cultural–, impulsar el curso sobre diplomacia cultural de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) e impulsar la Red de Archivos Diplomáticos Iberoamericanos (RADI), entre otras iniciativas.

Propiciar la revisión y el análisis de las barreras jurídicas que existen entre nuestros países

Constantemente se están generando disposiciones jurídicas de diverso orden que tienen que ver directamente con el desarrollo de la cultura. De esta manera, el espacio cultural iberoamericano es también un espacio hecho de reglamentaciones jurídicas, que busca propiciar un ordenamiento legal de la convivencia y el funcionamiento, en general, de la sociedad. Es necesario sistematizar, armonizar, analizar, difundir y actualizar este acervo jurídico y ponerlo a disposición de todos los ciudadanos.

Para ello se propone actualizar y armonizar los marcos reguladores sobre algunas industrias culturales, en los que se encuentran diferencias importantes, como los de la industria editorial, la cinematográfica y la musical. Estos marcos reguladores están cambiando no solo por la creación de nuevas leyes o reglamentaciones, sino por los tratados de libre comercio, las orientaciones de organismos internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC) o la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), y también por las convenciones internacionales como la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Unesco, 2005) y las transformaciones nacionales y mundiales de las industrias creativas.

Las nuevas tecnologías como Internet, las redes sociales, la telefonía móvil, las aplicaciones digitales –en fin, la industria de contenidos digitales– constituyen una de las áreas de la cultura que necesita de mayor reflexión, diálogo entre sus diversos actores y consulta e intercambio permanentes sobre las orientaciones regulativas de los países.

Es necesario restablecer el proyecto de compilar la legislación cultural en Iberoamérica, realizar análisis comparativos de dicha legislación y hacer estudios comparados de las Constituciones y de sus desarrollos jurisprudenciales en lo que se refiere a la cultura.

El Congreso es un poder relevante y un actor estratégico para los asuntos de cultura. Por eso, en cada país, es conveniente establecer nexos con las instancias pertinentes de los Parlamentos, aumentar su conocimiento de los asuntos culturales, hacer el seguimiento de la agenda legislativa de la cultura y detectar tanto las barreras como las nuevas posibilidades que se abren y los cambios que deben incorporarse a ella.

Apoyar el respeto a la diversidad cultural en el contexto de los acuerdos comerciales

Uno de los temas más debatidos y conflictivos es el de las relaciones entre cultura y comercio. En los últimos años, las transformaciones culturales han desempeñado un papel protagonista en los acuerdos comerciales y, específicamente, en la negociación de los tratados de libre comercio. Después de la Ronda de Uruguay y del Tratado de Estados Unidos con Canadá, no se ha firmado ningún tratado comercial con los Estados Unidos que no contemple la cultura como una de las áreas de la negociación. Esto significa que la cláusula de excepción cultural no ha estado presente en ninguna de las negociaciones comerciales de los últimos tiempos. En ellas, se plantean temas neurálgicos para la cultura como las cuotas de pantalla del cine y la televisión, las políticas de fomento de las industrias culturales, las responsabilidades de los prestadores de servicios de Internet, la propiedad intelectual y los derechos de autor y la situación del conocimiento ancestral.

La Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Unesco, 2005) concede una atención especial a las relaciones entre cultura y comercio y señala que “los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si solo tuviesen valor comercial”.

Por eso se deben promover acciones para potenciar los acuerdos comerciales que incluyan los bienes y servicios culturales y preserven los criterios de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco, entre los diferentes bloques que conforman el espacio cultural iberoamericano.

Se debe instalar el concepto de “diversidad cultural” entre los actores que negocian, administran, vigilan y desarrollan los acuerdos comerciales; en ellos, suelen estar involucrados las Cancillerías, los Ministerios de Industria y Comercio, de Hacienda y de Planificación –entre otros– gracias a una información permanente y adecuada.

Desarrollar conceptos y plataformas para generar acuerdos que fortalezcan las industrias culturales

Hoy en día, las industrias creativas conforman uno de los subsectores más destacados de la cultura. En algunos países iberoamericanos se han generado infraestructuras industriales del libro, la televisión, el diseño, los impresos, la música, el cine, la radio, las artesanías, etc., caracterizadas por sus complejas cadenas productivas, los procesos dinámicos de exportación e importación, la generación de empleo y la búsqueda de rentabilidad. Ya sea a través de grandes empresas o grupos corporativos nacionales y regionales, ya sea –especialmente– a través de pequeñas y medianas empresas, las industrias creativas tienen una participación importante en el producto interior bruto de los países y contribuyen a su presencia cultural en el entorno internacional. Algunas de estas empresas iberoamericanas son importantes incluso en el contexto global y han expandido sus estructuras y funcionamiento a otros países de la región.

Es preciso fomentar la producción de contenidos artísticos y culturales de calidad y considerar que los productos culturales son portadores de valores e identidad y formadores de ciudadanía; asimismo, es necesario involucrar a los Ministerios y Secretarías de Industria en este propósito. Además, habida cuenta del desequilibrio que existe entre las importaciones de contenidos culturales producidos en el extranjero y las exportaciones de los productos nacionales, es fundamental incentivar la creación local y la circulación de los productos nacionales.



Para lograr lo anterior se debe facilitar que los productores y distribuidores accedan al crédito; fortalecer la formación; incentivar la presencia de los realizadores nacionales en festivales, mercados culturales y rondas de negocios; estimular la incubación de emprendimientos culturales; y promover el acceso a las tecnologías.

La cualificación de la información sobre las industrias creativas permite conocer el entorno nacional e internacional, tomar mejores decisiones, asumir prioridades y planificar acertadamente. Por eso, es necesario agilizar la adopción de Cuentas Satélite de Cultura, intercambiar información, construir indicadores confiables e intentar homologarlos para poder realizar análisis comparativos consistentes. En Iberoamérica se echa de menos la existencia de indicadores semejantes en los instrumentos de medición de la cultura como las encuestas de consumo cultural, de calidad de vida, de uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en los estudios de lectura o en las estadísticas sobre las industrias creativas.

Además, se impone la necesidad de que la legislación que regula la creación, distribución y difusión de los productos culturales asegure el respeto de los derechos de los productores y usuarios. Para ello, se habrá de buscar la modernización de su normativa de acuerdo con el desarrollo de las tecnologías de la información.

Por otra parte, es necesario apoyar proyectos en áreas de producción, coproducción, distribución, formación, información, documentación y autoría escénica en Iberoamérica. En el ámbito de la información y la documentación, es conveniente difundir el repertorio de la música iberoamericana mediante grabaciones y conciertos; por lo que se refiere a la divulgación, para promover actividades culturales y productos de la industria cultural, se debe gestionar la publicidad gratuita de tales actividades en los medios de comunicación públicos y los descuentos y exenciones en los medios privados.

Para incentivar la circulación de la creación iberoamericana se puede apoyar a los teatros y festivales nacionales e internacionales que den prioridad a la presentación de producciones iberoamericanas. La cuota de pantalla de las producciones audiovisuales nacionales es muy importante, así como el estímulo de aquellas emisoras de radio que difundan la música de autores e intérpretes nacionales. En el campo del libro, se han encontrado interesantes mecanismos para resaltar las publicaciones nacionales y locales de calidad.

Las bibliotecas son uno de los actores culturales más destacados. Ubicadas en muchos lugares, incluso en los más distantes y alejados, tienen la virtud de facilitar el acceso de niños y adultos al conocimiento y suelen ser centros multifuncionales para la circulación de las manifestaciones del arte y la cultura. Se debe promover la creación, consolidación, modernización y desarrollo de las bibliotecas públicas, así como organizar su información para que atiendan las necesidades o intereses de conocimiento de los distintos sectores de la población.

Por su parte, la creación audiovisual es uno de los campos más importantes de la cultura. Existe una cultura de la imagen que se ha logrado estructurar a partir del acceso a las producciones del cine, la televisión y el video, tanto locales como, sobre todo, internacionales. Si hay un fenómeno global es el de la creación a partir de imágenes, que en menos de un siglo ha cambiado vertiginosamente. En efecto, se han transformado los soportes tecnológicos audiovisuales, sus géneros y narrativas, las prácticas de su consumo y sus relaciones con otras manifestaciones del arte y de la cultura. Es posible ver una serie de televisión o una película al mismo tiempo en Iberoamérica, Asia, Europa y los Estados

Unidos. Una buena parte de este consumo lo realizan los niños y los jóvenes y está derivando hacia la configuración de un nuevo ecosistema comunicativo, en el que se integran Internet, las tabletas y los teléfonos móviles. La difusión de los productos audiovisuales ya no fluye solo por los medios tradicionales de comunicación, sino, especialmente, por el boca a boca y las redes sociales. Uno de los problemas más sentidos es la debilidad de la creación audiovisual local frente a la oferta internacional, especialmente la que procede de Hollywood y las grandes compañías productoras de televisión. En algunos países del espacio cultural iberoamericano, apenas si se hace cine y los contenidos de producción local de televisión están ausentes de la programación habitual.

Es preciso estimular la coproducción de películas para cine y televisión, así como el montaje inicial de proyectos cinematográficos. Para ello conviene desarrollar vías de distribución y exhibición de películas iberoamericanas, tanto en la región como en el mundo, e impulsar un plan de recuperación y difusión internacional del cine iberoamericano. La televisión educativa y cultural iberoamericana (ATEI-TEIb) es uno de los instrumentos para hacerlo. Además, la cuestión de las cuotas de cine local en las pantallas es crucial: se deben establecer cuotas mínimas de producción regional o nacional en las carteleras de cine y televisión.


La formación de creadores audiovisuales locales es una labor inaplazable, especialmente, cuando se están modificando las técnicas de producción y posproducción, afectadas por la digitalización. Por eso, es necesario formar profesionales capaces de hacer frente al crecimiento de la industria audiovisual, altamente competitiva y global, y aumentar las capacidades creativas para proponer narrativas propias de calidad y que tengan acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Fomentar la gestión cultural y la formación artística y cultural

La gestión cultural es fundamental para facilitar la circulación de bienes y servicios culturales, ya que los gestores actúan como mediadores entre la creación y la comunidad, intervienen en diferentes niveles y sectores de la actividad cultural, estimulan la participación y establecen relaciones con las agencias del Estado y con los organismos de cooperación internacional. Muchos gestores culturales se suelen ubicar en sectores de la población a los que no siempre llega la acción cultural; allí promueven la creatividad, organizan proyectos y estimulan la participación de la sociedad en la cultura. Gracias a ellos, se conoce la producción audiovisual local e internacional; se gestionan bibliotecas, casas de la cultura y centros culturales; y se promueven los talentos locales al insertarlos en circuitos de distribución que los hace salir de su aislamiento. De este modo, la gestión cultural es uno de los mecanismos para lograr la interacción entre los procesos creativos y la distribución, pero también para apoyar el intercambio, la difusión de los productos culturales propios y el encuentro de procedimientos y circuitos por los que sea posible hacer circular bienes culturales, sobre todo populares, que de otro modo estarían destinados al desconocimiento y la invisibilidad.

Generar instancias de apoyo a la formación cultural

Uno de los retos que tiene la cultura en Iberoamérica es la formación de los gestores culturales. En la medida en que la acción cultural se vuelve más compleja, crecen las demandas formativas de los gestores. Por eso, se debe conocer la oferta educativa de los centros de estudios superiores de la región, para explorar –de acuerdo con las necesidades reales– la posibilidad de incentivar la creación de programas académicos que mejoren la cualificación de la gestión



cultural. Sin embargo, este esfuerzo debe estar precedido de una reflexión documentada sobre el nuevo perfil de la gestión cultural, sus campos de acción, su carácter interdisciplinario y las implicaciones sociales de su intervención. Las posibilidades de educación virtual que han abierto las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –que cuentan con un acceso y una aplicación cada vez más sencillos– se deben aplicar al diseño y oferta de cursos de formación a distancia para gestores culturales locales con carácter o bien completamente virtual o bien semipresencial.

La formación artística es una de las áreas en que se han producido mayores cambios. Con todo, todavía es preciso cooperar en la creación de escuelas profesionales artísticas de forma progresiva, aprovechar la experiencia de los programas de excelencia que existen en la región y en el ámbito internacional, reconocer los avances que suponen aquellas experiencias en que se han unido –de manera muy creativa– los contextos comunitarios con la expresión de las artes y tener en cuenta aquellas otras que han innovado sus metodologías o que han abierto las puertas a experimentos de hibridación de las artes y de relación de las artes con las nuevas tecnologías. Los Ministerios de Cultura tienen la tarea de participar en el diseño de planes más integrales, a medio y largo plazo, de formación artística y de gestión cultural. Asimismo, es recomendable colaborar en la formación de los profesores de educación artística y promover y apoyar su constante perfeccionamiento y actualización. El programa “Educación artística, cultura y ciudadanía” de la OEI camina en esta dirección y facilita la necesaria colaboración entre los Ministerios de Educación y de Cultura.

Una estrategia de circulación consiste en establecer un marco de colaboración entre los artistas y los programas de educación artística de las escuelas. Como estos actores están, en ocasiones, aislados, es necesario fortalecer los mecanismos que permitan a los artistas compartir sus ideas, proyectos y realizaciones con los estudiantes. Este vínculo tiene efectos muy positivos: promueve el intercambio entre generaciones y entre diferentes áreas artísticas, así como entre tradiciones y opciones artísticas diferentes, al tiempo que fortalece una necesaria visión crítica de las artes y profundiza en los procesos de creación, desde la perspectiva personal y social de los creadores.

La gestión y la formación también pueden estar unidas al emprendimiento. La idea de emprendimiento cultural no se restringe al mundo económico o de los negocios, ni se moviliza únicamente en el seno de las infraestructuras industriales o de mercado, sino que está relacionada con la capacidad de generar proyectos, de potenciar los talentos, de encontrarle viabilidad a las propuestas culturales y artísticas de creadores tanto individuales como colectivos (grupos o asociaciones culturales), de promover la circulación y el reconocimiento social y económico de sus realizaciones y de fortalecer su organización y capacidad asociativa.

Es conveniente impulsar una formación específica para los emprendedores culturales, que los torne capaces de impulsar las anteriores acciones, así como de generar empleo y acompañar a las microempresas en todos los sectores de la cultura. Uno de los proyectos que hay que fortalecer es el de la Escuela de las Culturas dentro del Centro de Altos Estudios Universitarios de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Buscar la participación de las ciudades y la circulación de bienes y servicios culturales

La participación de las ciudades en la vida cultural iberoamericana ha ido en aumento. Gobiernos locales, unidos con organizaciones e instituciones culturales privadas, asociaciones de creadores y gestores culturales, le han dado un especial dinamismo al significado de la cultura en la vida urbana y a la gestión pública de las ciudades. No son pocas las ciudades de Iberoamérica que se reconocen como polos de desarrollo cultural, en las que se han fortalecido los presupuestos de la cultura y en las que se han integrado iniciativas en el ámbito del turismo, el patrimonio, las artes y las industrias culturales. Se trata de lugares que se caracterizan por la participación de las comunidades y los diferentes sujetos culturales. En varias ciudades iberoamericanas existen planes decenales de desarrollo cultural, que conversan ampliamente con el desarrollo económico, la movilidad, la lucha contra los diferentes tipos de violencia o las comunicaciones.

Hay que animar el compromiso de las ciudades y de los municipios con la cultura, mediante iniciativas como el diseño de planes sectoriales, el apoyo a la formación y la práctica de la gestión cultural, el ofrecimiento de espacios de trabajo y asistencia legal a emprendedores de la cultura, la ampliación de las redes de creadores y gestores culturales. Por ejemplo, se podría tomar la iniciativa de impulsar convenios entre ciudades y centros de formación cultural para facilitar la creación de microempresas, enfatizando su incubación, la cesión de espacios, el acompañamiento a su financiación, a su administración y a la consolidación de los mercados, entre otras acciones.

Promover la información, la investigación y el seguimiento de la cultura en el espacio iberoamericano

La información cultural es un bien público, puesto que aporta elementos indispensables para el registro, la sistematización, el análisis y el desarrollo de la cultura y, particularmente, de sus industrias creativas. La información debe contar con procesos validados de recopilación y categorización que sean rigurosos y transparentes, lo cual los dotará de confiabilidad y calidad. Por su parte, la investigación usa los datos, pero va más allá de ellos, pues agrega el valor del análisis y la aplicación a las realidades culturales concretas de una sociedad. A su vez, el seguimiento es indispensable porque permite reconocer procesos, garantizar la continuidad y generar una tradición analítica e interpretativa.

Se propone desarrollar acciones para crear un centro de investigación y emprendimiento de las industrias culturales y creativas iberoamericanas o intentar crear una instancia que permita articular los esfuerzos que se están llevando a cabo en la región, sean promovidos por Estados, gobiernos locales, universidades o gremios.

Un propósito aplazado del mundo cultural iberoamericano es poner en funcionamiento un observatorio que tenga sostenibilidad, continuidad, solidez analítica, convergencia de intereses y nexos activos con las instituciones públicas y privadas de la región, al tiempo que constituya un instrumento que ayude eficazmente en la definición de políticas culturales, en el conocimiento de las transformaciones que se producen en las diversas áreas de la cultura, en la interpretación de los cambios culturales y en la sistematización de la información relevante del sector.

Por todo ello, se recomienda desarrollar un Observatorio Iberoamericano de las Culturas estable, capaz de elaborar, organizar y difundir estadísticas culturales de confianza, con independencia de las orientaciones temporales de los gobiernos y de los cambios políticos. Entre las funciones de este Observatorio se contarían las siguientes:



- Desarrollar un sistema compartido de medición y evaluación cultural.
- Liderar la elaboración de indicadores y estadísticas culturales.
- Realizar estudios e investigaciones sobre la situación en que se encuentran los distintos subsectores de la cultura.
- Contribuir a la normalización de la información sobre políticas culturales.
- Participar en la evaluación de políticas, proyectos y programas culturales.
- Promover estudios comparativos de la situación de la cultura en la región con otras regiones del mundo.
- Realizar estudios de prospectiva cultural.
- Preparar y publicar informes periódicos sobre la realidad de la cultura y sus diversos subsectores en los países y desarrollar los programas de acción compartidos entre los países.
- Facilitar el acceso a los datos, estadísticas, investigaciones, estudios e informes que realice.
- Promover que los diferentes actores culturales y en particular las universidades, los centros de pensamiento y los investigadores independientes participen en sus tareas.
- Desarrollar la capacidad de difundir y comunicar sus realizaciones de manera oportuna.

En el capítulo séptimo se desarrolla más ampliamente esta propuesta.

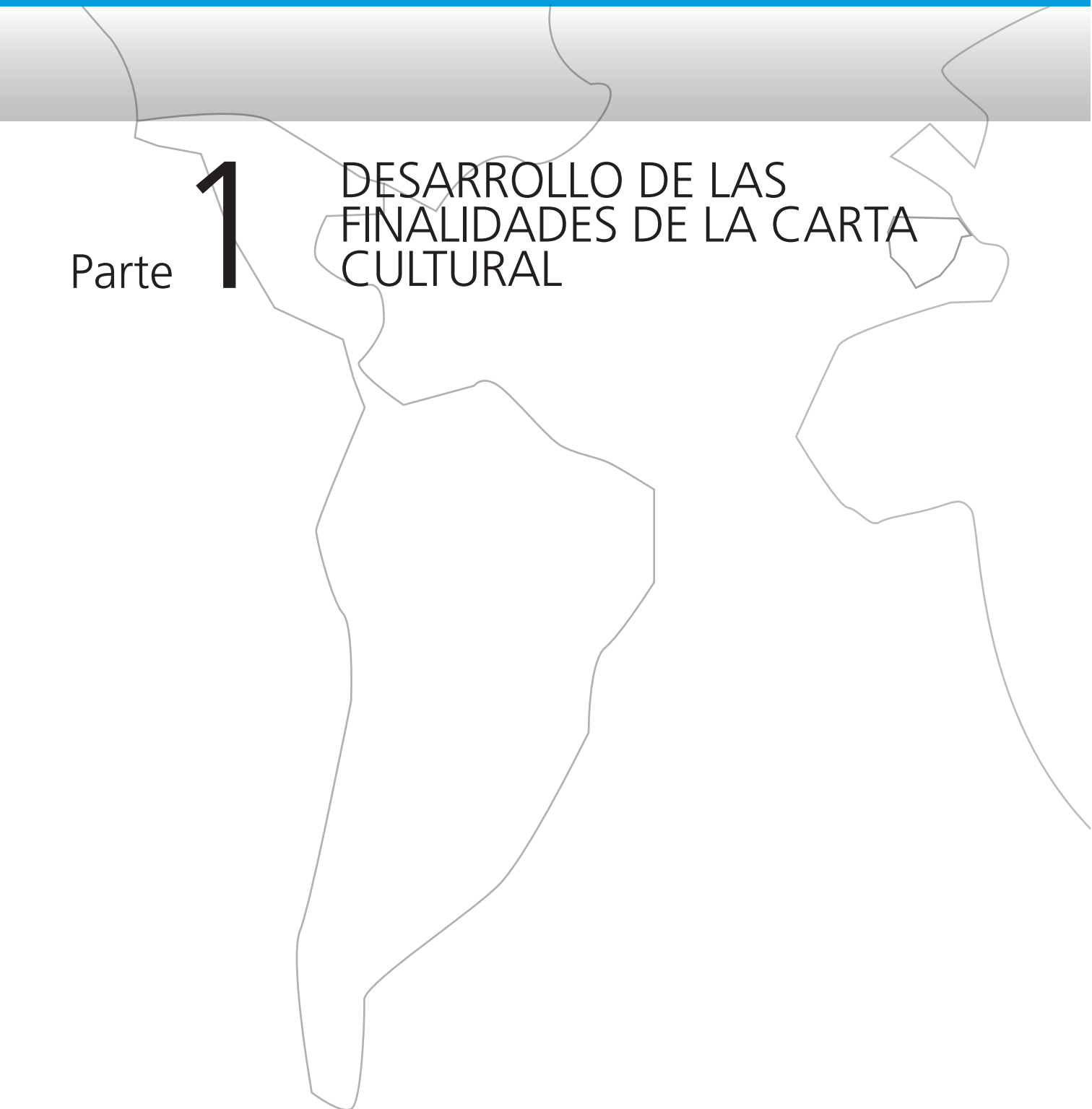
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 5

INCENTIVAR LAZOS DE SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN

Consolidar los mecanismos de la cooperación bilateral y triangular para el desarrollo sostenible del sector cultural

A los propios países, la celebración de los Bicentenarios les ha servido para que estos se conozcan más e incluso se sorprendan de muchos de sus valores culturales; lo mismo ha sucedido con las celebraciones de las capitales culturales, evento que trascendió con mucho a las ciudades específicas y generó públicos y expectativas nacionales e internacionales. Así pues, los acontecimientos de los Bicentenarios han servido, además de para que constatemos lo poco que conocemos nuestra propia cultura (nuestras propias culturas), para que aprendamos que podemos descubrirlas y disfrutarlas.

El éxito no tiene que ver con una fecha en concreto –que podría haber pasado desapercibida o reducida a discursos y actos oficiales–, sino con la gran convocatoria popular, con la motivación generada por los actos que impulsaron a la participación. En estos actos tomaron parte de forma conjugada instituciones públicas y del sector privado, organizaciones sociales y colectivos culturales, artistas y medios de comunicación que contribuyeron a motivar un “patriotismo” distinto al verborrágico, uno de vocación independiente y con identidad propia, bien asentado en los valores nacionales, identificado con la colectividad iberoamericana.

El despliegue conjunto logró que se produjera el redescubrimiento de “lo nuestro”, en el sentido más amplio y plural. Por supuesto, como el fenómeno está logrando gran repercusión televisiva en todo el ámbito iberoamericano y en otros continentes, también ha servido para que otros países nos redescubran. Incluso ha servido para proyectar esa riqueza a otras regiones. La participación de representantes de las culturas generalmente ninguneadas y de visitantes de otros países en cada uno de los festejos deja el resplandor de que podemos apreciar y disfrutar lo nuestro (incluso nuestra disparidad), comunicárselo al resto del mundo y tener audiencia.

El fenómeno nos muestra una senda que hay que transitar de forma regular. La comunidad se caracteriza por la unidad que nos aporta cierta base lingüística compartida, pero también, paradójicamente, por la diversidad de culturas –y de lenguas–, que generalmente están históricamente relegadas, ya sean autóctonas, ya sean las que están incorporadas por los procesos migratorios.

Este es el camino que debemos recorrer: incentivar y desarrollar los lazos de solidaridad y cooperación sobre esos valores propios y compartidos, dentro de las comunidades nacionales, instalarlos y comunicarlos en el ámbito de la comunidad iberoamericana y proyectarlos hacia los bloques y sectores de cooperación internacional.

Esos lazos deben establecerse, en primer lugar, de modo interno, ligando las comunidades, las ciudades y las regiones; luego, se asentarán en el ámbito nacional, para proyectar las alianzas en el conjunto de los bloques –como en cierta medida se está haciendo en el Mercosur– y luego en toda la comunidad iberoamericana. Finalmente, el espacio iberoamericano se relacionará mediante la cooperación con otros bloques y continentes.

Partiendo de la idea de que el primer gran desafío es promover “la convergencia de las políticas públicas y de sus instituciones en un proyecto cultural colectivo”, para su consecución, el objetivo es convocar a todas las administraciones, en los niveles comunal, municipal, regional, nacional y de Iberoamérica; además es necesario incluir a las organizaciones de la sociedad y comprometer a las instituciones privadas, en un proceso que retome el espíritu de los Bicentenarios, que, como celebración, han promovido al mismo tiempo las culturas diversas y el espíritu de bloque cultural y social, con gran participación popular.


Para ello es necesario que la cultura no sea solo un factor de cohesión coyuntural o de divertimento circunstancial en celebraciones especiales. El espíritu de los Bicentenarios debe trasladarse a la vida cotidiana, por medio de programas sistemáticos de promoción, comenzando por la educación, donde la cultura dominante debe dejar espacio a la diversidad, construir el espacio multilingüe, pluricultural, iberoamericano.

Esta proyección requiere también de un plan de concertación entre los distintos sectores; desde la promoción del sector público hay que buscar la alianza con sectores privados, desde las organizaciones intermedias a los gremios, desde los colectivos culturales y las ONG a los grupos empresariales, haciendo especial hincapié en los medios de comunicación, que están desempeñando en los Bicentenarios un rol fundamental de convocadores y de transmisores.

Como los Bicentenarios han servido de disparadores, se pone de manifiesto que hay que potenciar una motivación –a partir del impulso de los gobiernos– para recuperar la historia y proyectar los valores de independencia, de libertad, de afirmación de una nacionalidad y de una pluralidad de culturas que pueden convivir en armonía y enriquecerse mutuamente; en fin: el valor de una unidad de naciones que son, al mismo tiempo, iguales y diversas.

Aunque el espacio cultural iberoamericano existe, paradójicamente, es necesario reconstruirlo, porque históricamente no ha quedado instalado, sino que, por el contrario, ha ido diluyéndose por falta de políticas efectivas de promoción cultural. Eso es lo que se está haciendo en esta histórica recuperación; y se lleva a cabo con proyectos de integración concretos cuyo desafío actual pasa por construir una política cultural integradora, cuya base ha de quedar establecida en la Carta Cultural Iberoamericana.

La propuesta debe ser abarcadora y centrarse en los principios que tal Carta establece: promover y proteger la diversidad; consolidar el espacio cultural iberoamericano y el intercambio cultural; incentivar los lazos de solidaridad y de cooperación; y fomentar la protección y la difusión del patrimonio cultural y natural, material e inmaterial iberoamericano mediante la cooperación y la solidaridad.



La cooperación, con un criterio de comprensión y de solidaridad, debe ser la base práctica desde la que profundizar en el proceso de integración: la solidaridad dentro de las propias naciones, dentro de los bloques regionales y de la comunidad iberoamericana permitirá proyectar planes y que la región se proponga como un espacio, con diversos circuitos artísticos, culturales y turísticos. De este modo, aumentará su capacidad para convocar la atracción del interés internacional, de la cooperación internacional. En este escenario, puede proyectar los valores culturales que le son propios e intentar convertirse en un centro importante de producción de bienes culturales que sean atractivos tanto para el consumo interno y la consolidación de la unidad en la diversidad como para el consumo internacional.

Instalar el espacio iberoamericano como agente de cooperación interna

La solidaridad debe comenzar desde dentro; por eso, es conveniente generar instrumentos que evalúen y reconozcan los sectores de cooperación entre los países miembros, por lo que respecta a la cultura, tanto en el ámbito interno de cada país como en el ámbito de la región. Esto implica convocar y promover la participación de las comunidades y ciudades de cada país, así como establecer mapas de actividades culturales, factores lingüísticos y afinidades en materia de producción artesanal y artística; mapas de medios de comunicación por regiones; al tiempo que recursos y necesidades para la conservación.

Muchos valores culturales y naturales, materiales e inmateriales está registrados y protegidos, pero también son muchos los que ni siquiera figuran en los “catastros” nacionales, los que están desprotegidos e incluso amenazados de desaparición. Esto afecta incluso a las propias lenguas –una de las grandes riquezas de Iberoamérica–, muchas de las cuales se ven amenazadas y tienden a desaparecer.

Se debe emprender una iniciativa de descubrimiento y rescate de esos bienes con urgencia, lo que implica un plan de mapeo y una encuesta de relevamiento, para evaluar la magnitud de la tarea y la cantidad de ayuda que se requiere.

Además, es necesario establecer itinerarios turístico-culturales que se apoyen en los centros ya conocidos, pero que puedan incorporar los que aún no se han promocionado. De esta forma, se conseguirá ofrecer recorridos turísticos del tipo de –como se los ha dado en llamar en Paraguay– “La huella de los franciscanos” o “La huella de los jesuitas”, cuyos ensayos han tenido cierto éxito y han contribuido a mejorar las infraestructuras turísticas de la región.

Generalmente, las actividades culturales se centran en las grandes ciudades o en centros turísticos que resultan atractivos por determinadas riquezas; estos círculos son los que reciben mayor inversión y difusión cultural. No obstante, es necesario que esas actividades circulen y alcancen a la mayoría de los ciudadanos, como factor de educación y de cohesión. Para ello, se van a desarrollar proyectos en los que participen de forma conjunta y activa las distintas administraciones públicas. Es necesario establecer circuitos que hagan posible una difusión general, que intente llegar a la mayor cantidad de poblaciones posible.

La cooperación sur-sur debe instalarse desde las comunidades y ciudades sobre el principio de que “apuesta por una relación entre cooperantes que ofrecen y demandan beneficios en condiciones de reciprocidad”. De esta manera, se

puede sustentar desde las bases la cooperación entre los países. Es fundamental hacer un estudio del estado actual de la cooperación y de las experiencias de hermandad entre ciudades, de forma que se puedan aprovechar como modelos los aspectos en que han tenido éxito y corregir los errores que han motivado sus fracasos.

Dadas las dificultades geográficas de comunicación, la televisión pública constituirá un factor clave: no solo mediante la alianza con los canales privados, sino –muy especialmente, dadas las limitaciones existentes en muchas regiones– mediante la provisión de una base de transmisión audiovisual en cada ciudad, a través de las municipalidades o de los centros de educación, desde la que puedan transmitirse programas especiales de promoción de las diversas culturas, que generalmente se ven excluidas de la televisión privada.

Por su parte, las nuevas tecnologías pueden servir de base para la proyección de valores culturales regionales, para lo cual se puede recurrir a los registros documentales existentes. En tal sentido, la alianza con los medios de comunicación masivos, generalmente privados, es fundamental.

Si se tiene en cuenta el estado de las comunicaciones en Iberoamérica, se verá claro que la radio y la televisión son medios de gran penetración incluso en zonas alejadas. Por lo tanto, conviene establecer mapas de medios de comunicación por regiones y dotar a estas con materiales didácticos e informativos que puedan ser de interés; también es conveniente aprovechar las experiencias positivas de las radios comunitarias, cuyo rol es fundamental en pequeñas comunidades que no cuentan con otros canales de información sobre los asuntos de su interés comunal y hace que se genere un fuerte vínculo.

Es necesario incentivar a los medios –lo cual se ha logrado gracias a los Bicentenarios– para que incluyan en su programación informaciones, actividades culturales, experiencias y valores iberoamericanos en la diversidad. De este modo, se promoverá una empatía que conduce a la solidaridad.

De acuerdo con esto, resulta fundamental trabajar con los periodistas, apoyarlos en su formación, hacer talleres prácticos para que puedan convertirse en “educadores» en el ejercicio de su labor informativa.

Así pues, los talleres para formación de periodistas deben ser una prioridad, ya que aquellos que provienen de la universidad no cuentan con materias específicas que estudien la realidad cultural con un enfoque iberoamericano, al tiempo que los autodidactas –que son mayoría en casi toda la región– no tienen otra formación que la que les provee la práctica cotidiana del periodismo en la calle.

La generación de los Bicentenarios

En esta misma dirección es necesario valorar el papel que tienen que desempeñar los educadores. Es de capital importancia promover una educación integradora que, inevitablemente, debe iniciarse con la educación de maestros y profesores que se especialicen en historia y cultura regional. Generalmente, las materias de historia y geografía sirven más para atizar viejos conflictos y rencores que para sentar las bases de la unidad.



Es urgente y necesario que los planes de formación de los docentes incluyan la cultura iberoamericana y sus diversas manifestaciones, ya que son ellos quienes van a transmitir “a la generación de los Bicentenarios» el valor de la diversidad y quienes les van a enseñar a conocer y apreciar los factores culturales que nos unen y la riqueza que nos da la multiculturalidad.

Esa misma vocación de integración interna debe proyectarse en el nivel de la comunidad iberoamericana. Aquí debe primar la comunicación interna dentro de la comunidad.

Generalmente, hay más información sobre la actividad cultural internacional que sobre la iberoamericana. Inusitadamente, incluso es más difícil conseguir información cultural sobre países cercanos que sobre los hegemónicos, cuyos aparatos de proyección y difusión cultural funcionan constantemente.

Para empezar a revertir esa cruda realidad, es preciso desarrollar un estudio sobre el estado de cooperación entre los países, sobre las leyes y las dificultades fronterizas para el intercambio; un estudio que analice el estado real de la cooperación iberoamericana en el ámbito cultural y las necesidades de promover cambios en la legislación, en las normas y en las facilidades para la integración efectiva.

Igualmente, hay que trazar los mapas de registro que contengan información sobre afinidades para generar bloques de cooperación cultural, de acuerdo con las características lingüísticas, culturales, artísticas y artesanales que las acerquen o que permitan un intercambio positivo.

Desde la época precolombina, las tradiciones lingüísticas, culturales, artísticas y artesanales ya han llevado a cabo intercambios; esto se refleja en características comunes, semejanzas e incluso “hermandades», que impregnan desde las lenguas hasta las expresiones materiales.

Para plantearse con mayores posibilidades de éxito la cooperación internacional, es necesario poner de manifiesto cuáles son las condiciones reales y los problemas históricos que hay que superar, teniendo en cuenta los progresos y las dificultades. Esto ha de hacerse sobre la base de que el principio de

... la cooperación sur-sur encuentra una gran aceptación ya que deriva de acuerdos entre países que enfrentan desafíos de desarrollo similares a nivel local y global, lo cual facilita la adecuación de las acciones a necesidades y perspectivas comunes.

Este hecho favorece el entendimiento mutuo y permite además compartir modelos de gestión ya implementados por los países del sur, donde se toman en cuenta tanto los aciertos como los errores y lecciones aprendidas (Informe de Comunicación Sur-Sur en Iberoamérica, 2009).

Instalar el espacio iberoamericano como agente de cooperación con otros bloques y continentes

La base de la cooperación con otros bloques debe fundamentarse, en primer lugar, en la documentación de antecedentes, proyectos elaborados y compartidos. Así, partiendo del historial de logros, esfuerzos y proyectos conjuntos, de realizaciones regionales basadas en el intercambio y la solidaridad interna de Iberoamérica, se podrá proyectar un bloque regional fortalecido.

También hay que tener en cuenta desde el principio que las condiciones de los grandes espacios del patrimonio cultural, que están expuestos al desgaste cotidiano, son precarias. Además, estos espacios también se ven sometidos a las contingencias meteorológicas, por lo que resulta fundamental tener un plan de cooperación cultural regional ante catástrofes nacionales y un plan para la protección (que incluya aspectos legislativos), con recursos para la defensa y la conservación de tal patrimonio.

Esto implica una inversión urgente en las zonas de riesgo, así como un balance de las condiciones en que se encuentra el patrimonio artístico-cultural; para ello, ha de establecerse un mapa de riesgos que proponga planes más o menos inmediatos de prevención.

Para estar en posición de solicitar la cooperación y la solidaridad de la comunidad internacional y convocarla en torno a la defensa de un patrimonio, debemos tomar conciencia y valorar de modo interno que tenemos uno de los conjuntos de bienes históricos materiales e inmateriales mayores y más valiosos. Dicho conjunto forma parte del rico patrimonio de la humanidad, puesto que representa un capítulo fundamental de la historia, y por lo tanto, reclama una responsabilidad mundial.

De igual modo, es importante la conservación de los archivos documentales –desde los registros autóctonos hasta los materiales audiovisuales–, lo cual exige recursos que, en muchos casos, no se consiguen por falta de una política que promueva los valores que contienen. En muchos archivos iberoamericanos –e incluso en colecciones particulares, sin registro preciso ni condiciones técnicas de conservación–, existen documentos valiosísimos en condiciones precarias.

Asimismo, es necesaria una política de conservación de los “archivos inmateriales»; tenemos, por ejemplo, lenguas amenazadas, con un rico caudal narrativo y poético, cuya conservación corre a cargo exclusivamente de los grupos de quienes todavía las hablan, por lo que, muchas veces, están en peligro de extinción. La Unesco ya ha documentado el triste proceso de desaparición de lenguas en el mundo.

Por otra parte, hay expresiones artísticas, tradiciones, danzas, músicas, diseños y valores que solamente se pueden hallar en el alma social e histórica de esas comunidades en peligro de desaparición, ya sea porque tales comunidades se están viendo absorbidas por la sociedad culturalmente más fuerte, ya sea porque están a punto de extinguirse.

Así pues, es importante promover la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco, como herramienta para establecer un compromiso de cooperación con la comunidad internacional; también es necesario elaborar un Catálogo del Patrimonio Cultural Iberoamericano, ya que no solo las “grandes» obras monumentales que se conocen y aprecian representan valores culturales importantes, sino que



existen muchas obras con un carácter menos monumental –algunas son, incluso, minúsculas–, que tienen igualmente un gran valor cultural.

Con este fin es necesario plantearse hacer, mediante los Ministerios de Educación y Cultura, una gran encuesta de reconocimiento, que sea la suma de un registro regional y de otro por ciudades y comunidades, de los valores culturales de cada zona.

Es fácil constatar que no todos los museos –cuando los hay y cuando no recogen, simplemente, una serie de bienes desparramados en una comunidad– están en condiciones de ofrecerse como tales, de poder constituirse en Ibero-museos, es decir, de ser una “institución indispensable de la memoria de los pueblos», cuyo patrimonio registra rasgos de la cultura y momentos de la historia, en los que se percibe la riqueza pluricultural de Iberoamérica. Es prioritario articular políticas museológicas y mecanismos multilaterales de cooperación.

Una tarea fundamental es la alianza, ya puesta en marcha particularmente en muchos de los países iberoamericanos, entre cultura, turismo y ecosistema, lo que obliga no solo a la preservación del patrimonio artístico y cultural, sino a establecer una política de promoción de las regiones, en la que resalte la relación entre riquezas naturales y culturales. Esta es una forma de crear un plan de desarrollo sostenido y debe implicar también una alianza con el sector privado para promover las infraestructuras necesarias para el movimiento turístico.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL

A minimalist line-art map of the Iberoamerican region, showing the outlines of South America and the Iberian Peninsula. The map is rendered in a light gray color against a white background. The top of the page features a solid blue header with white text, and a horizontal gray gradient bar is positioned just below the header.

Capítulo 6

FOMENTAR LA PROTECCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO IBEROAMERICANO

La formación profesional es uno de los factores fundamentales para la protección y la proyección del patrimonio cultural. Una de las carencias generales, sobre todo fuera de las grandes áreas urbanas, es la falta de profesionales que estén preparados para -a partir de la valoración de las riquezas culturales existentes- entender y promover el registro, la clasificación y las medidas posibles en su área social para la preservación. Al fin y al cabo, a lo largo de la historia, muchas de estas riquezas se han perdido por falta de percepción y valoración de los custodios, tanto en el ámbito público como en el privado o en el religioso -el cual ha tenido históricamente y tiene aún una gran influencia en parte del patrimonio cultural-.

Aunque en los centros urbanos y culturales más importantes y desarrollados existen profesionales con formación lingüística, cultural, artística y técnica, en gran parte de la región iberoamericana no hay centros de formación y capacitación; tampoco las administraciones comunales, municipales y regionales tienen los recursos -o usan los que tienen- para ese fin.

Así pues, hay que comenzar por los municipios, a descubrir, registrar y ver la forma de crear condiciones administrativas que protejan y gestionen los recursos para sus patrimonios culturales, naturales, materiales e inmateriales.

La vía principal para lograr ese objetivo es la de la educación. Educación para los educadores, para que las instituciones regionales de los Ministerios de Educación -que son generalmente las más extendidas por la geografía iberoamericana- se conviertan en descubridoras y protectoras del acervo cultural regional, así como promotoras dentro de las comunidades de los valores y de la necesidad de preservarlos, protegerlos y difundirlos.

La conciencia y la fuerza de los educadores -ambas transmitidas a la juventud estudiantil- pueden constituirse en el mejor modo de comunicación en las comunidades y municipios pequeños y medianos. Al fin y al cabo, es a través de los valores transmitidos en escuelas y colegios, a una ciudadanía joven y más abierta, como se puede llegar a las familias. Hay experiencias concretas de que la comunicación canalizada por los centros de enseñanza tiene, en muchos casos, más fuerza social que la de los medios masivos de comunicación.

La segunda fuerza motora que puede comprometerse con la apreciación, la protección y, sobre todo, la difusión, son los medios de comunicación, comenzando con los comunales, de fuerte inserción en sus comunidades –las comunidades y los municipios escuchan radios locales y, si los hay, ven canales locales que tienen una comunicación más cercana–; después, hay que seguir con los regionales y los nacionales. Si bien los medios públicos pueden ser de gran importancia por su vocación cultural, los medios privados, en general, tienen mayor audiencia e influencia; por lo tanto, es importante trabajar con ellos y, sobre todo, trabajar en la educación de los periodistas. Esta es la segunda tarea que hay que proponerse en formación profesional: educar a los periodistas y, esencialmente, producir materiales que informen sobre el patrimonio cultural y lo valoren.

La tercera fuerza, que en un proceso de toma de conciencia puede ser la primera, es la que representan las autoridades comunales, generalmente absorbidas por los problemas administrativos. Para ellas, la valoración de la cultura está en el último rango de las prioridades y, sin embargo, estas autoridades también deben entrar dentro del proyecto de capacitación. Generalmente, aunque tienen cierta visión sobre los bienes materiales, esta es menor respecto de los bienes inmateriales.

Si mediante la educación y los medios regionales y nacionales, mediante la labor de los educadores y su proyección a la juventud y mediante los comunicadores, se puede generar una fuerza de valoración cultural, será posible producir un cambio en la visión política y administrativa que evidencie las posibilidades de proyección que tienen las inversiones y la generación de actividades culturales y turísticas. Esto es más cierto si cabe cuando tales inversiones y actividades se proyectan en el ámbito regional, con posibles vínculos solidarios entre comunidades, en el ámbito nacional y en el iberoamericano.

Por último, toda comunidad tiene sus artistas e intelectuales, quienes generalmente cuentan con escasos espacios y recursos para realizar sus labores, muchas veces asociados a los centros educativos. En estos, en cambio, generalmente escasea la formación cultural y a ellos aún no se han incorporado los conceptos de patrimonio cultural y natural, material e inmaterial. Es importante encontrar en este sector a posibles gestores y promotores culturales, siempre y cuando se los pueda incluir dentro de la labor de formación profesional.

Así pues, la tarea para generar la protección y la difusión desde las bases es hacer una campaña de extensión de la formación profesional a las comunidades y ciudades, empezando por las más pequeñas.

Las escuelas, universidades y posgrados pueden organizarse de manera regional para captar la incorporación de las comunas más cercanas a la población y promover una activación conjunta de las principales fuerzas de opinión. Esto generará empatía social sobre la apreciación de la interculturalidad iberoamericana.



Promover internamente la formación profesional

En esta dirección, en su base, las proyecciones educativas de las Escuelas de la Cultura del CAEU (Centro de Altos Estudios Universitarios de la OEI) y del Programa ACERCA son fundamentales, porque proponen las herramientas básicas para ofrecer una formación educativa y una plataforma para conjuntar a los distintos posibles protagonistas de la transformación necesaria.

Sin embargo, hay que pensar en establecer escalas en los trabajos, en tener cursos más flexibles, como talleres, de menor duración para poder realizar la extensión a la mayor escala en cada país. Aunque el objetivo fundamental es que de esta manera se logre detectar y hacer visible el patrimonio cultural, gestionar recursos y conseguir apoyos para protegerlo y difundirlo, esta educación por ciudades debe incorporar información y materiales sobre la cultura, sobre la significación de los Bicentenarios y los vínculos del ámbito iberoamericano.

Esta labor se puede realizar mediante cursos especiales en las Escuelas de la Cultura o con equipos itinerantes de profesionales que impartan talleres y que puedan realizar su labor educativa por regiones y mantener un “espacio virtual» nacional que sirva para tener un contacto interactivo entre los grupos locales (que pueden funcionar en colegios o en municipios) y las escuelas centrales.

Una de las deficiencias serias en materia de protección y promoción del patrimonio cultural se halla en el ámbito legislativo. En muchos casos, los gobiernos centrales no cuentan con una legislación general adecuada –más allá de las declaraciones rimbombantes– y, menos aún, con una legislación práctica para la protección y promoción del patrimonio. Es recomendable pensar en una política que transmita a los legisladores –vía exposiciones y conferencias– los conceptos de la protección y la promoción patrimonial.

Por todo ello, la actividad legislativa es un factor fundamental para muchos países, que debería trasladarse a los bloques –el Mercosur puede ser un modelo por el avance en algunos aspectos– y al ámbito general iberoamericano para sentar bases que contribuyan a establecer leyes de protección del patrimonio y aspectos legales que puedan beneficiar a las inversiones.

Incentivar la formación sobre políticas y gestión cultural exterior y cooperación cultural internacional en el espacio iberoamericano

Hay que partir de la base de que es necesario educar a los grupos citados, en la comunidad iberoamericana, en la comprensión de su destino común, de su patrimonio cultural y de las posibilidades del desarrollo cultural sostenible –en relación con el patrimonio natural y las posibilidades del turismo cultural–, ya que no existe conciencia de sociedad ni se conocen los parámetros culturales fundamentales.

Durante décadas, la política regional iberoamericana, en general, ha sido nacionalista y a pesar de que se ha dado una exaltación discursiva sobre los pueblos aborígenes, sus lenguas y sus culturas, en la práctica se los ha discriminado. Al-

gunas encuestas llegan a mostrar que existe cierto grado de racismo –porque el concepto de raza sigue prevaleciendo sobre el de cultura– y que no se aprecia a las culturas autóctonas ni se reconoce el valor del plurilingüismo; es decir, aún predominan los prejuicios sobre las culturas y las lenguas inferiores que “entorpecen la educación”.

En las sociedades nacionales, todavía perduran conflictos fronterizos y roces, tanto en el ámbito económico, como en el político y el cultural. Por lo tanto, es prioritario establecer bases educativas que aporten valores regionales y, muy especialmente, que proyecten la multiculturalidad.

La labor del Centro de Altos Estudios Universitarios Iberoamericano (CAEU) puede ser fundamental para superar estos prejuicios, como laboratorio para promover la integración, la profesionalización de docentes y profesionales en el área de la defensa del patrimonio y su proyección dentro del marco del espacio cultural iberoamericano. De este modo, se logrará una interacción entre los proyectos del bloque y en la formación de técnicos promotores de actividades que contribuyan al desarrollo sustentable.

También es necesaria una formación específica para los agentes que intervienen en el escenario internacional desde el ámbito cultural con el objetivo de poner en valor su acción y de potenciar y dar mayor visibilidad y trascendencia a su ejercicio. La formación constituye una estrategia muy importante para el apoyo de la labor de agente cultural en el espacio internacional, puesto que le da la oportunidad de construir herramientas de intervención desde un sector –el cultural– de gran influencia.

El CAEU debe también proponerse la creación de programas de estudio para incorporar la educación, que estén centrados en el desarrollo de una visión latinoamericana y que contemplen las características particulares de los posibles protagonistas que se han enumerado.

En este sentido, el Programa de Formación y Capacitación para el Desarrollo en el Sector Cultural (ACERCA) debe desempeñar un papel dinamizador fundamental, ya que, para los sectores internos, deben plantearse programas diferentes, desde cursos superiores a talleres, seminarios o ciclos de conferencias específicos para grupos concretos (actores del sector público; agentes del sector privado; asociaciones empresariales o gremiales que puedan contribuir al desarrollo sostenible del patrimonio cultural y natural y al turismo; docentes, periodistas, etc.).

El listado de actividades ya experimentadas puede servir como base modélica para el desarrollo de los distintos espacios educativos que hay que establecer y aplicar.

- *Gestión cultural en municipios sobre cultura y turismo.* Desarrollo y sustentabilidad. Programa para capacitar a los agentes municipales de cultura, turismo y educación que tiene el propósito de formar, de estimular el emprendimiento de iniciativas, de promover la historia de las comunidades y de articular acciones de cooperación entre espacios públicos y privados con vistas a poner en valor el acervo historiográfico y cultural. El objetivo global es el de garantizar el acceso a la formación de los agentes públicos, a los representantes de organizaciones privadas y a los miembros de la sociedad civil.
- *Gestión legislativa.* Se trata de reforzar la formación y la capacitación del personal de la función pública acerca de la importancia de la legislación cultural y de los derechos culturales de cada país y de Iberoamérica.



- *Formación docente.* Consiste en preparar a maestros y profesores para que cobren conciencia de la importancia del acervo cultural nacional y del ámbito iberoamericano, de forma que puedan enseñarlo a su vez en escuelas y colegios.
- *Formación de comunicadores y periodistas.* Se llevará a cabo para incentivar la buena comunicación social y la información del ámbito cultural local, regional, nacional e iberoamericano.

Por último, dadas las condiciones geográficas y el estado de las infraestructuras comunicativas, tanto por lo que se refiere a vías como a canales (existen limitaciones para la conexión de Internet, limitaciones en la difusión de la radio y la televisión públicas, limitaciones de los espacios en las radios y televisiones privadas), la creación de espacios virtuales iberoamericanos de cultura –con programas específicos para la comunicación de los valores culturales, naturales, materiales e inmateriales, la valoración del patrimonio nacional e iberoamericano y su importancia estratégica para la integración y promoción del desarrollo sostenible– es una cuestión prioritaria y estratégica.

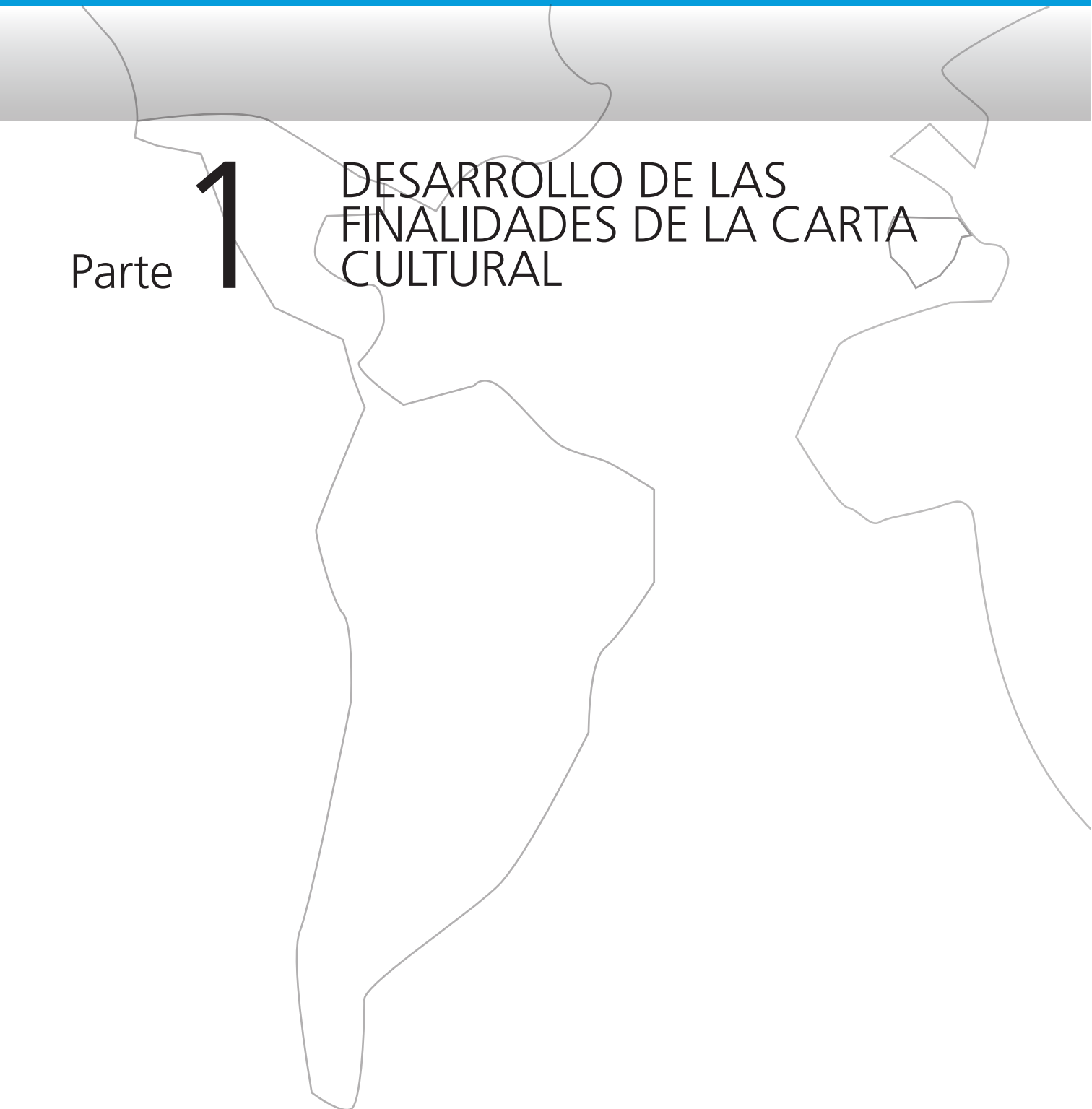
AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte

1

DESARROLLO DE LAS
FINALIDADES DE LA CARTA
CULTURAL



Capítulo 7

PROMOVER Y CONSOLIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN CULTURAL

Establecer los antecedentes

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 de acuerdo con sus antecedentes históricos. De los conceptos más clásicos y tradicionales –que consideran la cultura como un ámbito de la vida ciudadana casi sagrado en el que únicamente se aprecian valores y simbologías–, hasta los más recientes, que valoran la cultura como un sector económico importante, se observa un largo recorrido que es el reflejo de la evolución de nuestras sociedades.

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 de calidad para la toma de decisiones acreditadas.

Conviene que nos preguntemos por las razones que explicarían la falta o las deficiencias que se aprecian en los datos e información sobre la vida cultural. Las más importantes serían las siguientes:

- La cultura se incorpora al campo de las políticas públicas mucho más tarde que otras políticas sociales (salud, educación, servicios sociales, etc.), por lo cual no dispone de una larga tradición ni de una sistematización a nivel nacional e internacional.
- La función y la utilidad política de la cultura en la configuración de los Estados modernos no requería racionalidad para permitir la creación de nuevas identidades culturales, negar otras y convertirse en una herramienta del poder político.
- Los límites de los diferentes conceptos de cultura y su forma de estructuración en las organizaciones gubernamentales permiten muchas posiciones y visiones.

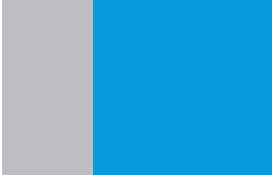
- La propia morfología de la realidad cultural, con un alto nivel de opinión y subjetividad, dificulta que se estructuren y homogeneicen los parámetros básicos de la vida cultural que hay que analizar o estudiar.
- Los Ministerios de Cultura –cuando existen– son de reciente creación (en comparación con otros) y tienen un peso político limitado dentro de los gobiernos nacionales, los cuales en ocasiones no aprecian el verdadero valor de la cultura dentro de la realidad socioeconómica del país.
- 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 de generar datos e información sobre la cultura es emergente y responde a la incorporación de nuevos objetivos para la cultura y su función en la sociedad actual. Dichos objetivos se pueden resumir en los siguientes:

- Conocer la realidad de la vida cultural, en todas sus dimensiones y actores, es una necesidad para tomar decisiones y para definir prospectivas de futuro. De la misma forma, permite incorporar información a la memoria histórica y colectiva que esté disponible para futuras generaciones, más allá de las transmisiones de 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 situar su acción con más rigor técnico y pragmatismo.
- Las políticas culturales, como toda acción de gobierno, 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 de su función social.
- A pesar de la especificidad de las políticas culturales, es necesario superar la indefinición en la presentación de resultados; para ello, habrá que conocer y valorar las aportaciones tangibles e intangibles de la cultura a la sociedad en general.
- Aprender la dependencia entre la cultura y los otros sectores sociales permite identificar los valores agregados, directos e indirectos, que la cultura aporta a la sociedad.

La heterogeneidad de campos y actores de la cultura no debe ser un impedimento para que se disponga de unos datos básicos o mínimos que recopilen la realidad cultural de un contexto determinado. Esta es una aspiración de los responsables de cultura de nuestros países, los cuales encuentran grandes dificultades para conseguir estos fines. En este sentido, en el marco de la multilateralidad y en el sentido establecido por la Carta Cultural Iberoamericana se puede proponer un acuerdo sobre un conjunto de datos mínimos y homogéneos. Ello permitiría avanzar hacia un nuevo ciclo de conocimiento sobre las políticas culturales en Iberoamérica.

Destacando el valor estratégico que tiene la cultura en la economía y su contribución fundamental al desarrollo económico, social y sustentable de la región; convencidos de que las actividades, bienes y servicios culturales son portadores de valores y contenidos de carácter simbólico que preceden y superan la dimensión estrictamente económica; aceptando la importancia de la creación intelectual y la necesidad de equilibrar el derecho al reconocimiento y la justa retribución a los creadores, con la garantía del acceso universal a la cultura; reconociendo que la diversidad cultural se nutre y se promueve a través de



la libre interacción y el intercambio en condiciones de igualdad entre todas las culturas, de preferencia, mediante la cooperación internacional; reconociendo la presencia de culturas emergentes resultantes de fenómenos económicos y sociales como el desplazamiento interno, las migraciones, las dinámicas urbanas, el desarrollo de las tecnologías; culturas que estimulan el surgimiento de nuevas narrativas y estéticas y refuerzan el diálogo intercultural; decididos a contribuir a la consolidación de un espacio cultural iberoamericano, enriquecido por un acervo de experiencias y por la cooperación entre los Estados iberoamericanos... (Preámbulo de la Carta Cultural Iberoamericana).

Los esfuerzos y trabajos realizados en diferentes países en los últimos años permiten albergar grandes esperanzas de conseguir resultados eficientes a corto plazo. Por su parte, la coordinación iberoamericana ha de ser un estímulo para alcanzar dos grandes objetivos en la región:

- Conseguir disponer de estadísticas e información sobre la cultura de la región en formatos homogéneos que permitan la comparación y el análisis conjunto de acuerdo con las tendencias internacionales.
- Mantener la continuidad en la producción de estadísticas sobre esquemas estables para conseguir series temporales que permitan analizar la evolución de la vida cultural tanto en cada país como en el continente.

Delimitar el campo de la cultura

Delimitar el campo de la cultura es una tarea difícil y compleja. No lo es tanto si se plantea desde una perspectiva teórica, pero sus dificultades se incrementan si el objetivo es obtener información que permita hacer comparaciones a lo largo del tiempo. Sin embargo, esta complejidad no debe conducir al reduccionismo. Hemos de evitar que se entienda por cultura solo aquello que puede incorporarse a determinados esquemas de medida. Por el contrario, es el sentido pleno de la cultura lo que debe orientar la información y la obtención de los datos necesarios o, en su ausencia, el diseño de nuevos sistemas que permitan llegar a ellos.

La cultura debe incorporar de forma interrelacionada las dimensiones siguientes:

- Cultura como sector económico.
- Cultura como expresión, creatividad, producción y comunicación.
- Cultura como identidad.
- Cultura como ciudadanía.
- Cultura como factor de cohesión social y pertenencia.
- Cultura como territorio y movilidad.

No se trata de generar un debate especulativo sobre las diferentes concepciones de cultura y sus aportaciones disciplinares, sino de llegar a un acuerdo que permita avanzar. Tal vez sea aconsejable adoptar una referencia única –que se podría basar en los sistemas de estadísticas de la Unesco–, adaptada a la identidad propia de la región iberoamericana, para evitar un alejamiento de las tendencias de ámbito internacional.

Elaborar estadísticas e indicadores culturales

Un primer nivel de consolidación de la información cultural requiere que cada país disponga de unas estadísticas culturales con los datos más generales y homologables en función de las necesidades de sus políticas nacionales y locales. Las estadísticas culturales permiten situar en el contexto de los datos generales de cada país los resultados de las políticas culturales y la acción de sus diferentes agentes. Estos datos se han de configurar de acuerdo con los estudios existentes y dentro del sistema general de información de un país. La participación de los responsables de las políticas culturales ha de permitir que se establezca un diálogo con los sistemas nacionales de estadísticas para situar los datos más importantes en este campo.

Los avances realizados en algunos países pueden ser un vehículo de cooperación para conseguir un nivel de estadísticas generales comparable en el ámbito regional. A este fin será necesario seleccionar las informaciones que puedan proceder de otros campos (economía, comercio, consumo, etc.) y los indicadores específicos que puedan establecer qué actividad cultural se lleva a cabo en cuanto a participación ciudadana, producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales.

La información que aportan las estadísticas puede ser la base para estudios más amplios y concretos sobre el sector cultural gracias a los cuales se puedan conocer las características y dinámicas del sector cultural en comparación con otros sectores de la sociedad. Por ello, las Cuentas Satélite de Cultura abren un camino prometedor para ofrecer una visión panorámica que incorpore una lectura más completa y homogénea de la cultura como sector social.

Los datos más generales permiten abordar otros niveles de profundidad sobre el conocimiento de la cultura en una sociedad determinada. Los estudios específicos han de aportar información especializada para identificar aspectos significativos para el diseño de políticas culturales. Algunas de las tendencias observadas en este campo son las siguientes:

- Estudios sobre la realidad y dinámicas de subsectores culturales como el patrimonio, las artes escénicas, el cine, las artes visuales, la edición, el diseño, los medios de comunicación.
- Estudios sobre las industrias culturales en general y sobre la economía de la creatividad.
- Encuestas de consumo cultural, participación cultural, gasto público y privado.
- Estudios sobre el empleo cultural directo, indirecto o inducido.
- Estudios sobre el comercio exterior de productos culturales y la propiedad intelectual.
- Estudios sobre el turismo cultural.
- Estudios sobre los valores agregados que la cultura aporta a otras actividades.

El conjunto de esta información ha de permitir a los responsables de las políticas culturales tomar decisiones con más rigor; todo ello se encamina a conseguir una mayor centralidad en la acción de gobierno y a presentar a otros sectores una visión más real y actual de la cultura. De esta forma, será posible valorar la potencialidad de la cultura e incorporar sus aportaciones a las dinámicas de desarrollo, bienestar y calidad de vida en todas sus dimensiones actuales.

Promover formas organizativas

Las acciones para fomentar y extender estos objetivos requieren de nuevas formas organizativas que aseguren el resultado final y aumenten su eficacia a corto y medio plazo. Entre otras se podrían recomendar algunas orientaciones que será preciso tener en cuenta tanto en el ámbito nacional como en una dimensión multilateral:

- Consolidar los sistemas de información cultural nacionales a partir de la incorporación de los datos sobre cultura a los datos generales.
- Establecer unidades especializadas en los ministerios responsables de la cultura.
- Disponer de un marco conceptual para los datos y estadísticas culturales de acuerdo con la realidad de cada país, pero también con la posibilidad de contrastarlos con los de la comunidad internacional.
- Asegurar una continuidad del sistema por medio de compromisos internacionales y formas de institucionalización que permitan que se mantenga más allá de los cambios de gobierno.
- Mantener un sistema que permita la comparación con otros sectores del propio país, con regiones y municipios, así como el contraste con otros sistemas internacionales.
- Para alcanzar un servicio pleno de estadísticas y datos sobre la cultura será necesario establecer niveles de colaboración institucional interna dentro de las estructuras gubernamentales y del sistema nacional de estadísticas y cuentas nacionales. Asimismo, será necesario que participen otros agentes como cámaras de comercio, asociaciones profesionales, centros de investigación, universidades, etc. De este modo, se puede conseguir un amplio acuerdo sobre la necesidad de aportar y compartir datos con el fin de situar la cultura como un sector visible y contrastado.
- En el nivel iberoamericano, es recomendable establecer alianzas que permitan la transferencia de conocimiento y metodologías sobre los datos de cultura. Se trataría de acuerdos para que cada país haga su aportación a los indicadores que la comunidad internacional decida que son más importantes. Actualmente, son prioritarios el establecimiento de sistemas de coordinación con organismos internacionales especializados para mejorar los sistemas nacionales y la consolidación de un trabajo en red de las unidades administrativas responsables.
- Para garantizar la consolidación y calidad de los servicios, es necesario capacitar al personal especializado en los campos que alcance el sistema de información y estadística. En este campo, la cooperación internacional puede establecer formas de ayuda entre los países con más experiencia y aquellos menos avanzados para la implantación de sistemas comparables.
- Para alcanzar un buen nivel de calidad de los datos, es necesario trabajar de forma metódica sobre las metodologías que se aplican en cada uno de los indicadores seleccionados. En algunos casos, habrá que aplicar o adaptar los sistemas nacionales; en otros, más específicamente culturales, se tratará de estudiar y describir el indicador y su metodología de obtención y presentación del dato.
- Las buenas prácticas observadas recomiendan un nivel de institucionalización del sistema de información cultural a partir de una estructura dentro de los Ministerios de Cultura, pero también una gran implicación de las instituciones que garantizan el sistema nacional de cuentas.
- Todo sistema de información cultural –o de cuentas nacionales– requiere de un entorno investigador favorable que permita disponer de personal especializado y de centros de investigación que asuman parte de los procesos de obtención e interpretación de datos. Algunas de las secciones que analice el sistema de información requerirán de un trabajo permanente de centros o grupos de investigación especializada. En la misma línea, se

recomienda la incorporación del sector cultural en la prioridades de las políticas de investigación y de I+D del país para estimular trabajos de investigación sobre el sector cultural más amplios o especializados que complementen y mantengan el sistema nacional.

- La base de un sistema de información cultural es su voluntad de servicio a las políticas y agentes culturales del país. Por esta razón, es imprescindible publicar datos en forma de ediciones anuales, informes periódicos, etc. Igualmente, es deseable que se facilite el acceso a esos datos por Internet a toda la población como un ejercicio de transparencia y comunicación. No se debe olvidar que la finalidad de un sistema de información es prestar un servicio a los actores de la vida cultural y a la sociedad en general. El nivel de utilización de los datos culturales tanto para la acción de gobierno como para la gestión cultural del sector es el objetivo final de todo sistema de información.

Disponer de un sistema de información cultural es una necesidad de todos los países que deseen integrar adecuadamente la realidad del sector cultural actual en todas sus posibilidades. Es pues una apuesta de futuro para consolidar la acción de las políticas culturales.

La realidad de la cultura contemporánea nos permite apreciar el valor que esta tiene como expresión de la diversidad e identidad cultural y la proyección internacional de nuestras realidades culturales. También es necesario apreciar las aportaciones de la cultura al desarrollo y al bienestar; estas se han de poder reflejar con más objetividad y evidencia. Para todo ello, es imprescindible disponer de información especializada si se desea dar a conocer estas realidades.

Los objetivos de la Carta Cultural Iberoamericana requieren de un alto grado de conocimiento de los datos de la región para apreciar el verdadero valor de este espacio cultural. Presentar su importancia en el conjunto de la vida social es fundamental para consolidar una nueva generación de políticas culturales que aporten significado, globalidad, identidad y eficacia a sus resultados. De la misma forma, se precisa de una mayor capacidad para presentar a la sociedad la realidad del sector de la cultura y el impacto de sus políticas si lo que se busca es una mayor integración de la cultura en la acción de los gobiernos.



AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

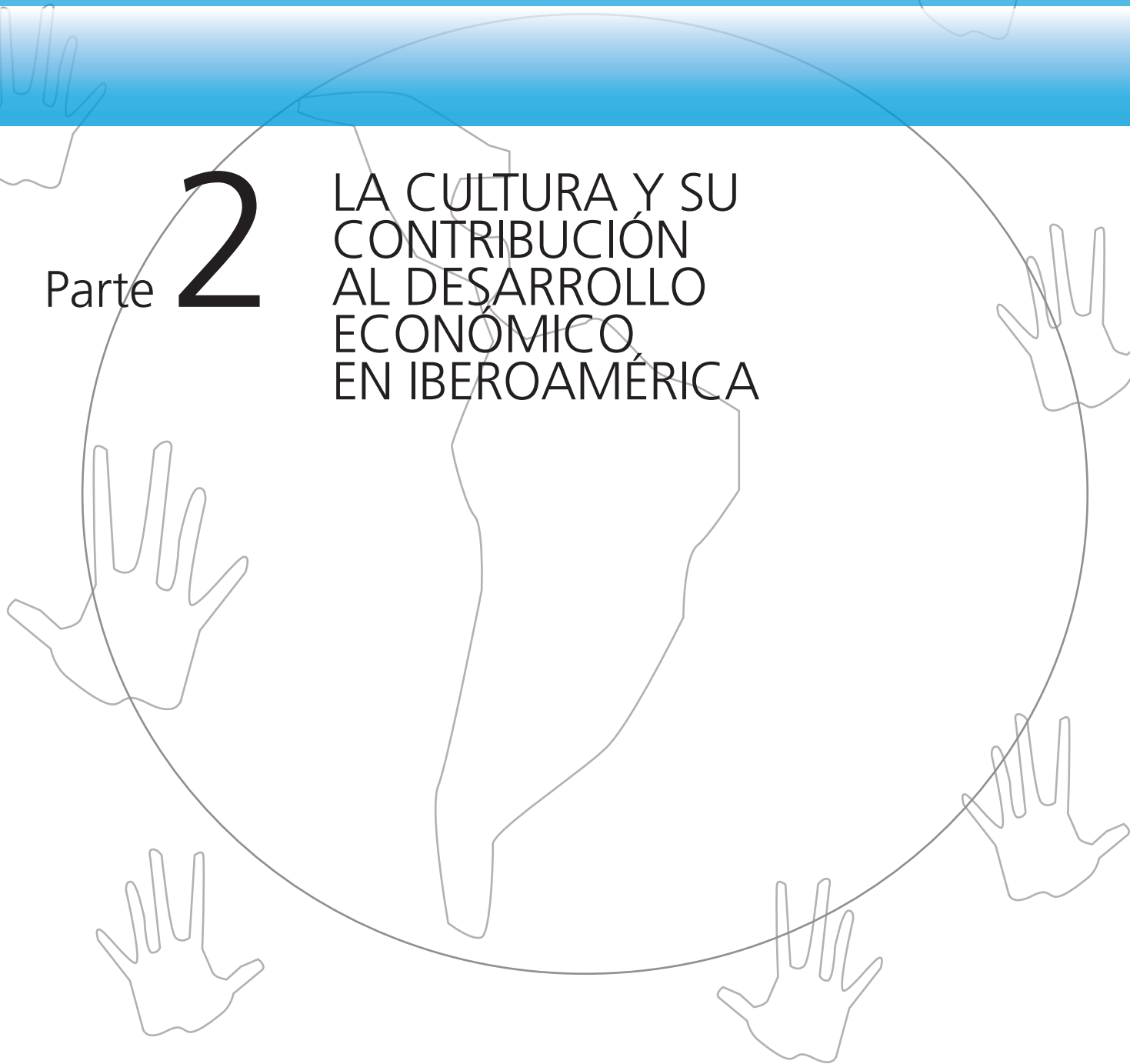
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2** LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2**

LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA



Capítulo 8

NUESTRA RIQUEZA CULTURAL

Introducción

El mayor interés por la cultura y sus aportes ha llevado a nuevas exploraciones del tema, en sus múltiples acepciones y manifestaciones, lo que ha permitido mostrar el vínculo de la cultura con diversos fenómenos y dimensiones de la realidad. El trabajo realizado a través de los años por la antropología y la sociología sin duda ha contribuido a este proceso. Desde la antropología, planteamientos tanto universalistas como particularistas de la cultura han aportado a la comprensión del fenómeno, mostrando su carácter complejo y multidimensional, permitiendo la emergencia de conceptos como multiculturalismo y diversidad cultural. Desde la sociología, el estudio de la cultura como dimensión subjetiva o social de la realidad ha permitido mostrar cómo esta es el lazo que une al hombre con una sociedad altamente diferenciada, que en virtud de su carácter produce prácticas culturales altamente estratificadas.

Las ideas en torno a la cultura expresadas por estas disciplinas sin duda han alimentado las visiones que hoy circulan en el mundo sobre el tema. La amplia difusión que ha experimentado el concepto, tanto en las ciencias sociales como en la sociedad en general, hace que su espectro sea hoy más amplio que nunca y se utilice para explicar una impresionante diversidad de fenómenos. La cultura, de hecho, se ha convertido en tema de discusión en áreas como el derecho y la economía. En dicho contexto, la relación entre cultura y desarrollo económico ha cobrado un especial interés.

Cabe mencionar que este renovado interés por la cultura ha coincidido con una intensificación de los procesos de mundialización/globalización. En efecto, la globalización está provocando una serie de transformaciones culturales que están afectando a múltiples áreas de la existencia y el quehacer humano. Una mayor apertura de los mercados, así como el auge de las nuevas tecnologías de la comunicación, está permitiendo un mayor contacto entre culturas.

Como señala Ortiz (2005), la singularidad del mundo actual tiene que ver con la existencia de espacios virtuales tejidos por las redes de comunicación. Las redes informáticas están modificando nuestra relación con el espacio y el lugar, insertando a los individuos en un complejo flujo de información que permite la circulación planetaria de los bienes culturales.

Se dice que la globalización, en su avance, está imponiendo una cultura universal, una cultura de masas fomentada, en parte, por las industrias culturales. Estas son las que participan en procesos de producción, comercialización y comunicación a gran escala de bienes y servicios culturales. Los primeros análisis sobre la naturaleza y los efectos de las industrias culturales, dentro del contexto de una sociedad capitalista, fueron realizados por la Escuela de Fráncfort. Dicha corriente criticó duramente las industrias culturales, por considerar que la reproducción en serie de bienes culturales ponía en peligro la creación artística. Como señalan Adorno y Horkheimer (1988), los bienes culturales, estandarizados, están hechos de tal forma que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, prohibiendo a su vez la actividad mental del espectador.

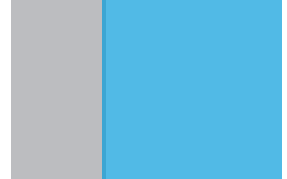
La Unesco (2005), por su parte, con una concepción más amplia define las industrias culturales como todas aquellas que producen y distribuyen bienes y servicios culturales que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales.

Durante mucho tiempo se ha hecho un tratamiento del sector de la cultura considerando solo las industrias culturales tradicionales, tales como cine, música, medios de comunicación (prensa, radio y televisión), así como los campos tradicionales de las artes (artes escénicas, artes visuales y el patrimonio). Sin embargo, con el tiempo han sido numerosas las organizaciones (entre ellas la Comisión Europea, Unesco, NESTA y TERA Consultants) que han ampliado el ámbito de actuación de la cultura a otras actividades como diseño, arquitectura y publicidad, consideradas como industrias creativas, dando lugar a un enfoque más amplio de la cultura al referirse en sus trabajos a las industrias culturales y creativas y reflejando de esta manera la diversidad cultural existente (Fundación Ideas, 2012).

El auge y difusión de las nuevas tecnologías ha dado un nuevo impulso a las industrias culturales y creativas. La revolución tecnológica (computadores, Internet, satélites, fibras ópticas, reducción del tamaño de los aparatos electrónicos, etc.) ha permitido una evolución cuantitativa de las técnicas, modificando los procesos de creación, producción y distribución de bienes culturales.

De acuerdo con 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, distribución y consumo de bienes y servicios digitales van rápidamente ganando 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”. De acuerdo con 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.

En el marco de las transformaciones que están experimentando las industrias culturales y creativas destacan además: la transnacionalización de las empresas; la concentración empresarial, geográfica y la estructuración de redes; la estandarización de medios de comunicación y contenidos; y la viabilidad de la “especialización flexible”, esto es, de lógicas de negocios que permiten la producción en pequeña escala, para “nichos” especiales de mercado, con alta intensidad de contenidos tecnológicos locales (Katz, 2006).



Las industrias culturales han pasado a ocupar un lugar destacado en el desarrollo económico, transformándose en uno de los sectores más dinámicos de la economía y el comercio mundial. Según algunas estimaciones, en términos económicos representan más de un 7% del PIB mundial (Durán, 2008).

La creciente aportación de las actividades culturales y creativas a la economía se produce como consecuencia del cambio de paradigma en la economía: 1) Por la terciarización de la economía: los servicios han crecido fuertemente, incluidas las actividades culturales y creativas. 2) Por la reestructuración de la cadena de valor de muchos sectores de la economía: ciertas actividades culturales y creativas han pasado a realizar, con otros servicios intensivos en conocimiento, una función clave como proveedoras de servicios a las empresas del conjunto de la economía (en diseño, comunicación, etc.). 3) Por la globalización de la actividad económica: las actividades culturales y creativas son uno de los principales conductores de este proceso, con efectos verificados sobre el atractivo y la capacidad de proyección hacia el exterior. 4) Por la revolución tecnológica digital: que tiene efectos sobre la estructura del conjunto de la economía y en la que, junto con otros sectores, las actividades culturales y creativas son protagonistas centrales (Rausell y Abeledo, 2012).

La producción cultural requiere de trabajadores e insumos, que van desde los creadores y artistas, hasta la construcción de escenarios, confección de vestuarios, iluminación, sonido y otros, además de la participación de incontables actividades vinculadas como embalaje, transporte y comunicación que son altamente generadoras de externalidades, en su mayor parte positivas y extremadamente vinculantes entre sí. Entre los aspectos fundamentales que caracterizan a la producción cultural está el hecho de que generan un alto valor agregado. Es decir, su materia prima está en la capacidad de creación, la creatividad, la imaginación y la posibilidad de expresión y no en los bienes primarios; haciendo que esta actividad tenga elevados niveles de rentabilidad (Montalvo, 2011).

Pero el vínculo de la cultura con la economía va mucho más allá. Como concluye la investigación de la Universidad de Valencia en el marco del proyecto Sostenuto, la cultura como factor de innovación económica y social¹ es una pieza clave del desarrollo económico actual. La creatividad, la expresión artística, la producción simbólica como generadora de significados y la comunicación interactúan con todo el entramado socioeconómico. El impacto de este sector va más allá de su simple consideración como actividad económica y hay que tener en cuenta a las actividades culturales y creativas como aquellas capaces de activar, dinamizar, modificar y transformar las bases de la competitividad socioeconómica de un determinado territorio (Rausell y Abeledo, 2012).

Sin embargo, y a pesar de que cada vez es mayor el reconocimiento y el estudio sobre la importancia que la cultura y lo cultural tienen en la economía y el “desarrollo”, su tratamiento por parte de los tomadores de decisiones en nuestros países sigue siendo secundario (Montalvo, 2011).

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 acuerdo con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI, 2003), en la economía mundial, la protección del derecho de autor constituye la base de sectores enteros, como el de la música, el sector editorial, la industria cinematográfica, la radiodifusión y los programas informáticos, e influye también en muchas otras actividades comerciales.

¹ El espacio de la cultura no solo es generador de innovación en el mercado a través de nuevos productos o servicios o la utilización de nuevos procesos en el espacio económico que mejoran su competitividad. El campo cultural es también demandante de innovación (como usuario o participante). Además, los individuos que trabajan en los sectores culturales y creativos son también los que participan en la generación, provisión y distribución de actividades y servicios culturales del espacio social y en consecuencia son también catalizadores de la expansión de la innovación social.

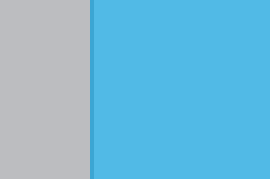
El derecho de autor se concibe como el derecho de propiedad sobre una obra o creación literaria o artística. La ley otorga al titular de este, derechos exclusivos para autorizar a otros a utilizar dicha obra, estos se conocen a menudo con el nombre de derechos patrimoniales, ya que permiten a su titular 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: derecho de reproducción, traducción, adaptación, representación, radiodifusión, comunicación al público y distribución.

El régimen del derecho de autor es conocido en todo el mundo. Sin embargo, existen distintas formas de entenderlo. Se trata de la disputa entre el sistema de origen francés, predominante en América Latina, que reconoce la autoría al creador intelectual, y la legislación estadounidense, que atribuye esos derechos al productor empresarial, o simplemente al inversionista (García Canclini, 2001b). Cabe señalar que esta disputa ha dado lugar a amplios debates en foros internacionales.

Tradicionalmente, el derecho de autor ha sido considerado desde el punto de vista jurídico. Sin embargo, desde hace algún tiempo, los estudios han comenzado a centrar la atención en las características económicas del derecho de autor, esto debido en gran parte a la emergencia de la tecnología digital. Según la OMPI (2003), el material protegido por el derecho de autor se ha transformado en uno de los principales elementos del comercio electrónico y de las transacciones digitales.

Este nuevo escenario, marcado por la irrupción de las nuevas tecnologías instala a la creatividad artística y a los derechos de autor, sin embargo, en una posición de mayor vulnerabilidad. Estos últimos, de hecho, se han visto afectados fuertemente en los últimos años por el fenómeno de la piratería. De acuerdo con la OEI (2011), las propuestas para frenarla 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. Distinguir el uso lícito del ilícito de las obras sujetas al derecho de autor o *copyright* es labor ardua, a la que en estos momentos prestan gran atención los legisladores de todo el mundo.

Existe variada evidencia de cómo los procesos de mundialización/globalización, pese a que crean condiciones inéditas para que se intensifique la interacción entre las culturas y se masifique el acceso a los bienes culturales, constituyen también un desafío en varios ámbitos, como la diversidad cultural y el derecho de autor. Afortunadamente, se cuenta a nivel internacional y regional con una serie de instrumentos destinados a fomentar y proteger la cultura, como la Convención Universal sobre Derecho de Autor, la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, la Convención sobre la Protección de Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado, la Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional, la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, la Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales, el Convenio de UNIDROIT sobre los Bienes Culturales Robados o Exportados Ilícitamente, la Convención sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático, la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, y la Carta Cultural Iberoamericana.



En las páginas que siguen, este capítulo intentará aproximarse al aporte que supone el mundo de la cultura al desarrollo económico de Iberoamérica. Para ello será necesario, en primer lugar, abordar la cultura en Iberoamérica en sus múltiples dimensiones, considerando su historia y su creciente reposicionamiento a nivel mundial. Este marco da pie posteriormente a la medición de distintos aspectos de la actividad cultural, a partir indicadores como el empleo, el comercio internacional, el gasto público y el consumo, que permiten aproximarse al aporte de la cultura al PIB en la región, y a los recursos financieros necesarios para cumplir con los objetivos de la Carta Cultural Iberoamericana.

Nuestra riqueza cultural

Iberoamérica constituye una región vasta y diversa, de una riqueza natural y cultural inconmensurable. Un territorio extenso que anida distintas geografías, climas y paisajes, dando origen a bellezas naturales que son alabadas en todo el mundo. También aloja una amplia diversidad de culturas y lenguas, con sus propias historias, tradiciones y manifestaciones culturales que enriquecen nuestro patrimonio cultural. Una riqueza forjada durante siglos en el territorio iberoamericano, cuya sustancia se encuentra en nuestros pueblos originarios, en el choque con la cultura europea y africana y en los diversos flujos migratorios, que a través del tiempo han contribuido a la constitución de nuestras identidades.

Identidades que, más allá de sus diferencias, comparten un conjunto de rasgos culturales que los unen como iberoamericanos, siendo quizás la manifestación más evidente de esa unión los dos idiomas mayoritarios compartidos. El español es una lengua universal hablada de forma nativa por cuatrocientos millones de personas en todo el mundo (unos cien millones adicionales como lengua no nativa). El idioma portugués es hablado en Iberoamérica en Brasil y en Portugal, pero también es lengua oficial de varios países africanos (Cabo Verde, Guinea-Bissau, Angola, Mozambique, Timor Oriental y Santo Tomé y Príncipe), y relevante en otros tantos países y territorios, como Guinea Ecuatorial, Macao (China), Dadra, Nagar Haveli, Damán, Diu y Goa (India), entre otros. Se estima que hay 240 millones de hablantes de este idioma. Pero también es una gran riqueza la enorme variedad de lenguas originarias que son expresión de la diversidad cultural existente y que contribuyen a la construcción de la identidad personal, social y colectiva.

Nuestra región ha dado origen a diversas creaciones culturales, en campos como la música, la literatura, el cine y el teatro, que son admiradas en buena parte del mundo. En el siglo xx, América Latina comenzó a reconocer sus orígenes, su historia, sus conflictos y el legado cultural dejado por sus antepasados, lo cual contribuyó a la construcción de su identidad artística y potenció su producción cultural.

La conciencia de su contexto inspiró a los artistas, “que comenzaron a crear obras originales, no solo por su estilo, sino también porque reproducían realidades y problemas de la existencia nacional y, con frecuencia, porque se asemejaban por su expresión figurativa a las formas tradicionales” (Toledo, Silva y Bertoli, 2006). Es lo que ocurrió en la década del 1920 con los pintores latinoamericanos que estudiaron en Europa, pero también con los muralistas mexicanos, que crearon la primera escuela de pintura de repercusión universal, nacida de la Revolución Mexicana a partir de un programa patrocinado por el gobierno.

Entre 1930 y 1970, Latinoamérica experimentó un periodo de gran producción cultural. La creación de editoriales en Argentina, Brasil, México y en menor medida en Colombia, Chile, Perú, Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela, produjo una “sustitución de importaciones” en el campo de la cultura letrada, decisiva para desarrollar la educación, formar naciones modernas y ciudadanos democráticos (García Canclini, 2001a).

En el ámbito musical, a fines de la década de 1950, y como consecuencia del despertar político motivado por la agudización de los conflictos sociales, surgió el germen de lo que posteriormente se llamaría “la nueva canción latinoamericana”. Originada a partir de dos líneas musicales, la folclórica y la música popular urbana, sus letras se orientaron a la particular realidad del momento, llegando a amplias masas populares (Toledo, Silva y Bertoli, 2006).

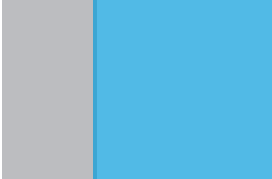
El ámbito cinematográfico también experimentó un importante auge en este periodo. Desde 1930 países como México, Argentina y Brasil se transformaron en los principales centros de producción cinematográfica de América Latina. En las décadas de 1950 y 1960 surgió el movimiento del Tercer Cine, liderado por cineastas argentinos, y más tarde, el denominado “nuevo cine latinoamericano”, que tuvo su expresión principal en Chile, Cuba, Argentina y el Estado Plurinacional de Bolivia, y en Brasil se denominó Cinema Novo.

La crisis económica y política de los ochenta y noventa afectó duramente al sector cultural latinoamericano. La mayoría de las editoriales quebró o debió vender sus catálogos a editoriales españolas, que fueron compradas posteriormente por empresas francesas, italianas y alemanas. En el ámbito cinematográfico, la combinación de la crisis internacional del cine con la recesión de las sociedades latinoamericanas provocó una caída frente a la producción en este campo y un cierre masivo de salas (García Canclini, 1997 y 2001a).

La crisis experimentada por el mundo de la cultura fue alimentada también por una reducción de los fondos públicos. El arribo de un nuevo paradigma político-económico, de corte neoliberal, se impuso en gran parte de la región, permitiendo una mayor participación de los privados en el ámbito cultural. Pese a lo anterior, aún hay áreas como la formación artística y de recursos humanos para la cultura, la restauración y la conservación del patrimonio cultural que siguen siendo responsabilidad casi exclusiva del Estado (Batista, 1997). De acuerdo con Ortiz (2005), el papel del Estado sigue siendo importante en el plano legal y político. En cuanto al primero, este confiere legitimidad a las lenguas minoritarias frente al idioma nacional, asegura el derecho de la propiedad intelectual, establece una legislación para el cine y la producción audiovisual, mientras que en el segundo plano –político– financia e incentiva los museos, las escuelas, las televisiones educativas y las radios comunitarias, entre otros.

Esta realidad contrasta con lo que ocurre con las industrias culturales, donde las tareas de producción, financiamiento y difusión de bienes culturales han sido asumidas mayoritariamente por el sector privado, con una fuerte presencia de corporaciones y conglomerados transnacionales. Este complejo escenario genera, sin duda, nuevos desafíos al sector cultural latinoamericano, especialmente a aquellos países con un escaso desarrollo de sus industrias culturales.

Es necesario recordar que Latinoamérica es una región sumamente heterogénea, que presenta diferencias notables de escala de producción, formas de circulación, condiciones de acceso y tamaño de los mercados por países, regiones y por grupos socioculturales diferenciados dentro un mismo territorio. Producto de ello, las industrias culturales se concentran en la región en unos pocos países, principalmente en sus ciudades capitales. Es importante mencionar



además que las industrias culturales en la región están constituidas principalmente por micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), cuyas principales dificultades son los bajos niveles de capital y de inversión necesarios para aumentar su producción.

Otros aspectos que dificultan el desarrollo del sector en la región se vinculan con la amplia proporción de actividades culturales que se dan en el marco de espacios informales o poco estructurados, además de deficientes marcos reguladores sobre industrias culturales, pues no todos los países cuentan con entidades específicas dedicadas a su promoción (Durán, 2008). Estas situaciones se ven acentuadas en Centroamérica, donde la escasa institucionalización del sector se suma a la insuficiente participación de agentes públicos y privados y al aislamiento de los gestores culturales (Unesco, 2008).

Más allá de las dificultades observadas, la cultura iberoamericana está experimentando un renovado auge, que se manifiesta en su reposicionamiento a nivel internacional. Ya desde la década de los noventa las exposiciones de destacados artistas latinoamericanos en los principales museos y galerías de arte en Europa y Estados Unidos comenzaron a dar cuenta de este fenómeno. Prueba de ello es también la nueva fase de internacionalización que está experimentando tanto la lengua española como la lengua portuguesa, con una creciente demanda y un mayor impacto cultural, social y económico.

Por otra parte, la lista del Patrimonio Mundial de la Unesco, que reconoce los bienes culturales y naturales de valor universal excepcional, ha dado esta distinción en Iberoamérica a 118 bienes culturales, 37 bienes naturales y 5 mixtos. Algunos países ostentan una profusión de ellos, como México, con 29 sitios patrimoniales; Brasil, con 17, y Perú, con 11, gran parte de los cuales son sitios arqueológicos correspondientes a las civilizaciones asentadas antiguamente en la región (Unesco, 2010). En proporción con el resto del mundo, Iberoamérica guarda el 17% de los bienes culturales, el 21% de los bienes naturales y el 20% de los de carácter mixto (como referencia, la región concentra solo poco más del 5% del PIB mundial y 6.3% de la población).

La lista del Patrimonio Mundial ha integrado en el último tiempo al Patrimonio Cultural Inmaterial. En este ámbito, la lista destaca para Iberoamérica diversas lenguas y danzas tradicionales, así como fiestas, carnavales y rituales religiosos. Cabe destacar que en los últimos años el Comité del Patrimonio Mundial y el Centro de Patrimonio Mundial de la Unesco han prestado especial atención a ciertas regiones centroamericanas, en su marco de estrategia global para lograr una lista mundial realmente representativa del valor patrimonial de la región.

El reconocimiento de las expresiones locales a nivel internacional tiene un importante efecto en el turismo. De acuerdo con el informe de la SEGIB (2010) Turismo en Iberoamérica, la región cuenta con el 13% de la capacidad hotelera mundial y en el año 2009 captó un 14% del turismo mundial, generando unos ingresos de 104,000 millones de dólares.

En la región, la oferta de turismo cultural está centrada en torno a los principales íconos culturales (edificios singulares, museos, sitios arqueológicos, monumentos, paisajes culturales, personajes emblemáticos, hechos históricos). Son igualmente significativos los festivales y eventos singulares, la gastronomía, el aprendizaje de idiomas o de música y danza, así como los modos de vida (OEI, 2011).

Es importante mencionar que el turismo en zonas de reconocido interés patrimonial no solo puede aportar beneficios económicos a los Estados, sino también a la población local, entre otras cosas, mediante el comercio de la artesanía local. “La cualidad que posee el producto artesanal de sintetizar los valores simbólicos de una cultura le hacen ser una de las expresiones más demandadas por los visitantes [...]. La Unesco comparte con otras organizaciones de cooperación internacional la visión de que es posible simultáneamente desarrollar al sector artesanal de fuerte arraigo y presencia en la región con la lucha por la erradicación de la pobreza, la protección del medio ambiente y el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades” (Benítez, 2008).

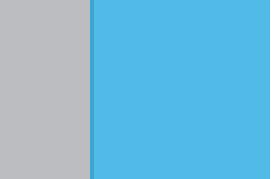
En años recientes, la artesanía se ha convertido en una fuente importante de ingresos y empleos en muchas partes del mundo. Aunque escasean los datos y las investigaciones sobre esta materia, varios ejemplos a que hace referencia un reciente estudio de la Unesco ponen de manifiesto la importancia económica del sector de la artesanía: en Colombia, la producción artesanal representa un ingreso anual aproximado de 400 millones de dólares y proporciona a los trabajadores del sector una cifra anual de ingresos situada entre los 140 y los 510 millones de dólares (Unesco, 2010, p. 180). En Centroamérica, de hecho, la artesanía se ha convertido en un importante foco de atención de las políticas culturales, considerando el tamaño de su economía y el acelerado desarrollo turístico, es la industria cultural de mayor desarrollo y proyección (Unesco, 2008).

Tradicionalmente, se han catalogado de industrias culturales a la industria editorial, musical, televisiva, radial y cinematográfica. Dadas las exigencias de una economía globalizada, cierto tipo de bienes, como aquellos producidos por las industrias culturales, solo pueden ser ofrecidos en la actualidad por empresas con un volumen de producción importante para abastecer el mercado nacional y exterior, lo que ha obligado muchas veces a una implantación transnacional.

En el ámbito editorial, Iberoamérica ocupa un lugar importante en el panorama mundial, siendo la industria española en estos momentos la de mayor desarrollo, seguida de la brasileña, la mexicana, la argentina y la colombiana (OEI, 2011). Respecto a la difusión de obras en el exterior, la literatura iberoamericana, principalmente en las lenguas española y portuguesa, es conocida en todo el mundo. Prueba de ello, es el amplio reconocimiento que se ha dado a muchos de sus autores, plasmado en varios premios Nobel y premios Cervantes. Es preciso, por tanto, seguir avanzando en la traducción de las obras iberoamericanas para que sean conocidas en otros lugares del mundo.

Ahora bien, la profunda expansión que ha alcanzado Internet y las tecnologías multimedia ha impactado en la industria editorial, lo que se manifiesta en el incremento de libros que circulan en formato digital en la red y en la mayor venta de libros digitales o *e-books*, tendencia que espera seguir creciendo en los próximos años. 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 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 290 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 no son tan populares en el formato digital como lo son la música o los juegos, este mercado se está configurando como competidor de otros contenidos en el área digital. Los principales datos ofi-



ciales sobre lectura digital y sobre la actividad editorial en España ponen de manifiesto la apuesta cada vez más firme por parte 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, llegando al 26.6% de la edición total (en 2009 aportaba un 15.9% y en el 2000 apenas un 3%) (Fundación Ideas, 2012).

Con respecto al mercado musical, este se encuentra fuertemente concentrado. Cuatro de los cinco grandes conglomerados de la industria musical tienen su sede en los Estados Unidos (el otro está en el Reino Unido), y los países occidentales, junto con el Japón y la República de Corea, dominan el mercado musical (Unesco, 2010). A pesar de la gran concentración que presenta la industria musical, la música latina se ha dado a conocer de manera exitosa, logrando gran aceptación en todo el mundo.

Países con una gran y antiquísima tradición cultural como Japón, China y algunos europeos han sido permeables a la cultura latinoamericana han creado orquestas salseras y se han contagiado con el ritmo pegajoso del son, el mambo, el cha-cha-chá, entre otros. La presencia que ha logrado la música latina en todo el mundo se manifiesta en el éxito que han alcanzado recientemente muchos de sus artistas, que están obteniendo numerosos premios internacionales y se están presentando en los más importantes escenarios.

La mayor presencia de artistas latinoamericanos en el espectro mundial ha sido potenciada por las nuevas tecnologías de la comunicación. Estas tecnologías han impactado fuertemente en la industria musical. El sector se ha visto afectado al disminuir drásticamente el consumo en formatos tradicionales, excepto en 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, acentuando lo que ya venía sucediendo con los discos compactos (CD), a consecuencia de lo cual ha cobrado nueva importancia la música en vivo, que hasta 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 son las alianzas con fabricantes de móviles, con más o menos éxito, los conciertos en directo, las sinergias con otros sectores como el de los videojuegos o los contenidos transmedia (Fundación Ideas, 2012).

Cabe destacar por último en el ámbito audiovisual el sector de la informática, el cual ha comenzado a ganar un peso cada vez mayor en el conjunto de las industrias culturales y creativas mundiales. Este sector comprende la producción de *hardware* (PC, servidores, minicomputadoras, estaciones de trabajo, impresoras, etc.), *software* y servicios informáticos (como los servicios profesionales vinculados a instalación, mantenimiento, desarrollo e integración de *software*, así como los de soporte técnico de *hardware*). Es necesario subrayar que este sector proporciona los instrumentos necesarios para la aparición de nuevas formas de producción, distribución y consumo de bienes culturales. El mercado mundial de *software* y servicios informáticos es liderado en estos momentos por Estados Unidos, Europa y Japón, con una participación menor pero creciente de Iberoamérica.

Es necesario referirse ahora a otras industrias culturales, como la radio y la televisión. Estos medios de comunicación, de larga data en Iberoamérica, han venido ocupando lugares protagónicos en el desarrollo de la región como agentes

de modernización e integración nacional. La radio, de acuerdo con Barbero (2005), atraviesa una serie de transformaciones tecnológicas que la hacen doblemente flexible: la FM aligera el aparataje y los costos, lo que posibilita una gran diversificación de las emisoras de una misma cadena, ahora dedicadas por entero a segmentos precisos de audiencia, tanto por géneros –noticias, música– como por estilos ligados a las edades y los gustos; de otra parte, la conexión satelital hace posible la coinstantaneidad entre suceso y noticia desde cualquier parte del mundo.

La radio y la televisión han debido adaptarse al avance de las nuevas tecnologías, creando sitios web que hoy permiten reproducir *online* los programas que se transmiten en formato tradicional. Esto también ha permitido, especialmente en el caso de la radiodifusión, crear radios que solo tienen existencia en la red. Más allá de estas innovaciones, la televisión analógica sigue siendo, por excelencia, el medio audiovisual más consumido. La mayor parte del tiempo de consumo televisivo se dedica a deportes, telenovelas y series en general, informativos, cine mayoritariamente norteamericano, programas que incluyen desde los géneros denominados “del corazón» y concursos hasta los de entretenimiento como los *talk shows* y *realities* (OEI, 2011).

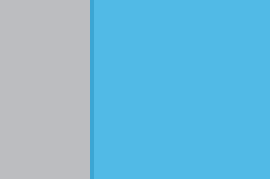
De acuerdo con García Canclini (1997), la región es subdesarrollada en la producción endógena para los medios electrónicos, pero no en el consumo audiovisual. Esta asimetría entre producción propia débil y un consumo elevado se manifiesta en una baja representación en las pantallas de las culturas nacionales o latinoamericanas y una enorme presencia de entretenimientos e información originados en Estados Unidos. Pero este desnivel no es igual en todas las sociedades. Brasil y México están incorporados a la economía global de bienes culturales y son sedes de gigantes audiovisuales, Red Globo y Televisa respectivamente.

La televisión por cable ha permitido al público latinoamericano acceder a nuevos contenidos y estar más conectado con la “cultura universal”. Paralelo a este proceso, el desarrollo de canales de radio y televisión comunitarias y regionales está experimentando un renovado auge, lo que pone de manifiesto cómo la desterritorialización (producto de la globalización) opera junto a tendencias que apuntan a la reterritorialización.

En el terreno del cine se produce también un fenómeno parecido. La industria del cine, como la industria de la música y la televisión, se encuentra fuertemente concentrada en el mercado internacional por firmas norteamericanas. Iberoamérica ha contado siempre con grandes creadores, tanto directores y guionistas como actores. Esto le ha permitido generar una filmografía rica y diversa que ha alimentado la conciencia de lo real y lo fantástico en millones de personas.

Sin embargo, el relativo alto costo de la producción de largometrajes, la falta de incentivos y franquicias económicas y, sobre todo, la insuficiente capacidad de los mercados y el control de la distribución por firmas monopólicas no latinoamericanas han dificultado y aun complican la producción cinematográfica local. Esta situación, sin embargo, ha comenzado a revertirse con la disminución de costos resultante de las nuevas tecnologías, la necesidad de contenidos para la televisión y la apertura de mercados externos de cine independiente. Los mecanismos de fomento y subsidio puestos en marcha recientemente por muchos países han contribuido a este proceso (OEI, 2011).

Los factores mencionados han permitido, en los inicios del nuevo siglo, dar un nuevo impulso al cine iberoamericano. Esto se manifiesta en un aumento de los rodajes, así como en un incremento de las producciones, especialmente de



origen argentino, brasileño, mexicano y español, que han alcanzado éxito a nivel internacional. Cabe destacar que esta industria, al igual que la editorial y la musical, ha sufrido el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación, que hoy permiten la descarga de películas para uso tanto personal como comercial, sin el debido resguardo de los derechos de autor.

La cultura latina proporciona nuevos repertorios y estilos narrativos (melodramas, telenovelas, música étnica y cine urbano) que están diversificando las ofertas de la cultura popular internacionalizada (García Canclini, 2001a). La capacidad de algunos países latinos y europeos para generar cine y televisión, potenciada por programas de coproducción endógena y leyes que la protegen, evidencia el lugar que existe en los mercados globalizados para culturas que no se producen en inglés y que no están habituadas a reducir la simbolización a megaespectáculos. El creciente interés demostrado por Hollywood, MTV, Sony y otras empresas por lo que ya se ha realizado y actualmente se produce en América Latina da un indicio de lo que podría hacerse mediante una gestión más autónoma. Recientes estudios internacionales han mostrado cómo ciudades que no tienen el rango de capitales ni han ocupado históricamente el primer nivel económico de sus países se han vuelto focos dinámicos a escala transnacional movilizando nuevos recursos culturales o creando festivales internacionales de cine, radio y artes folclóricas (García Canclini, 2001b).

Estos hechos evidencian el potencial que tiene la región para seguir expandiendo sus manifestaciones y productos culturales tanto dentro como fuera de sus fronteras, contribuyendo de manera más significativa al desarrollo económico de sus naciones y a la superación de la pobreza. Es necesario recordar que ya el espacio iberoamericano constituye un gran mercado, en virtud de los idiomas compartidos. Como señala Herrera (2001), si un artista latinoamericano escribe un texto, su mercado potencial abarca la población lectora de toda la parte sur y central del continente americano, así como la península ibérica, y lo mismo sucede en el caso de la industria fonográfica, la televisión, el cine y las publicaciones periódicas.

Unas lenguas compartidas, como medio de comunicación social y elemento identitario, facilitan el intercambio económico (García, Alonso y Jiménez, 2008). Unas lenguas comunes tienen valor económico como factor de aproximación que contribuye al comercio entre los países y al desarrollo de proyectos conjuntos. Sin embargo, la importancia de las lenguas mayoritarias no debe hacernos olvidar la existencia de otras lenguas minoritarias que son expresión de la diversidad y riqueza lingüística de Iberoamérica, fuente de identidad, de intercambios y de desarrollo de los pueblos que las utilizan, y que necesitan reconocimiento, cuidado y protección.

El potencial que guarda la región no puede ser desaprovechado, por lo que el fomento de la cultura y las industrias culturales a través de nuevas y actualizadas políticas culturales parece ser una tarea fundamental. Si el objetivo perseguido es formular políticas basadas en evidencias y medir y evaluar sus posibles impactos, se debe contar con información fiable. 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, en menor volumen, en creación de Cuentas Satélite. Tales experiencias han sido producto de iniciativas tanto nacionales como locales, tanto oficiales como académicas y, aunque son relativamente recientes, algunas son consideradas referentes a nivel internacional y han contado con el auspicio y la asistencia técnica de diversas agencias de cooperación: la Unesco, la OEI, la OEA, el Convenio Andrés Bello, el Mercosur y el BID son algunas de ellas.

La diversidad de experiencias ha contribuido a alimentar importantes debates sobre aspectos metodológicos y cualitativos. Sin embargo, plantean limitaciones importantes para la comparabilidad de los países y para lograr una comprensión más acabada del panorama latinoamericano (Durán, 2008).

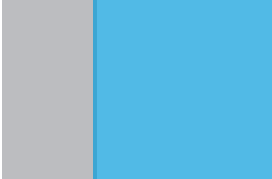
Los estudios internacionales, regionales y nacionales realizados hasta el momento han considerado distintos elementos en el momento de emprender la medición de las actividades culturales, lo que ha dado lugar a distintos marcos conceptuales y metodológicos. A nivel internacional, el marco de estadísticas culturales proporcionado por la Unesco, primero en 1986 y después en 2009, ha servido como marco de referencia, aunque su implantación no siempre ha sido fácil aunque su implementación no siempre ha sido fácil..

La Unesco 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 (Unesco, 2001). A partir de esta concepción, el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) 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 principales: ciclo cultural, dominios culturales y dominios relacionados. El ciclo cultural ilustra la totalidad de las prácticas, actividades y recursos necesarios para transformar las ideas en bienes y servicios culturales para que, a su vez, puedan ser transferidos a consumidores, participantes o usuarios. En términos de este enfoque, la cultura se visualiza como el producto de un conjunto de procesos afines. Dichos procesos pueden o no estar institucionalizados y pueden o no estar regulados por el Estado. El ciclo cultural incluye cinco etapas que se presentan en un modelo cíclico: creación, producción, difusión, exhibición/recepción/transmisión y consumo/participación (Unesco, 2009).

De acuerdo con el MEC, una definición inicial de dominio cultural puede considerar una serie de industrias (conocidas comúnmente como industrias culturales) dado que estas aparecen formalmente definidas en clasificaciones internacionales actualmente en uso. Los dominios culturales, definidos de forma mutuamente excluyente, incluyen las actividades, los bienes y los servicios presentes en todas las etapas del modelo de ciclo cultural. Los dominios relacionados, por su parte, están asociados a una definición más amplia de la cultura e incluyen actividades sociales y recreativas. Los dominios culturales considerados en el MEC son los siguientes:

- A) Patrimonio cultural y natural (incluye museos, sitios arqueológicos históricos, paisajes culturales y patrimonio natural).
- B) Presentaciones artísticas y celebraciones (considera artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias).
- C) Artes visuales y artesanías (incluye bellas artes, fotografía y artesanías).
- D) Libros y prensa (abarca libros, periódicos y revistas, otros materiales impresos, bibliotecas y ferias de libros).
- E) Medios audiovisuales e interactivos (considera filmes y videos, radio y televisión, creación de archivos sonoros en internet y juegos de video).
- F) Diseño y servicios creativos (como modas, diseño gráfico, diseño interior, paisajismo, servicios arquitectónicos y servicios de publicidad).

- 
- G) Patrimonio cultural inmaterial (considerado un dominio transversal, puesto que se aplica a todos los dominios culturales y relacionados, abarca tradiciones y expresiones orales, rituales, lenguas y prácticas sociales) (Unesco, 2009).

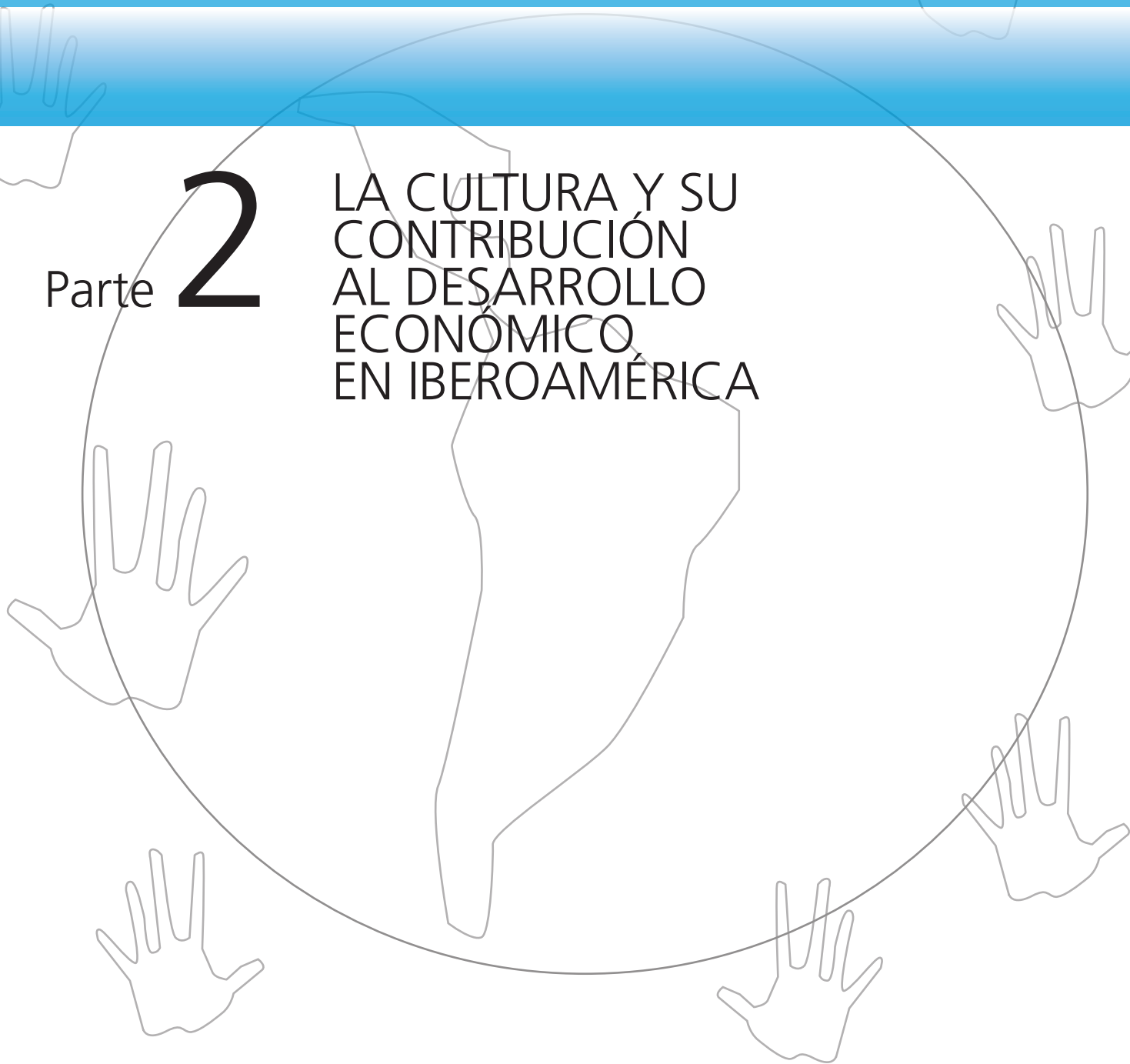
Adicionalmente, se incluyen otros tres dominios transversales dado su papel esencial en el ciclo cultural respecto de la producción y transmisión de la cultura: Educación y capacitación, Archivística y preservación, y Equipamiento y materiales de apoyo. Finalmente, como dominios relacionados se consideran: Turismo y Deportes y recreación.

Ahora bien, como se señaló más arriba, algunos países de la región han desarrollado Cuentas Satélite de Cultura (CSC). Su objetivo esencial es proporcionar un sistema de información económica (diseñado como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales) que permita estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía nacional. Actualmente, las Cuentas Satélite de Cultura disponibles en la región son las de Argentina, Chile, Colombia y España, desarrolladas con metodologías similares pero no iguales, aunque cabe destacar el importante esfuerzo conceptual, metodológico y estadístico desplegado para fabricar cada una de ellas.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2**

LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA



Capítulo 9

CONTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES A LA ECONOMÍA EN LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA

Aunque es claro que la cultura está presente en los distintos ámbitos del quehacer diario del ser humano y de la sociedad, no siempre es fácil dar cuenta de su relevancia, al menos con criterios que permitan establecer su peso respecto de otros fenómenos y procesos sociales. Una de las formas de mensurar su significación, aunque ni con mucho la única, es examinar cuánto aporta la misma en la generación de riqueza material, más específicamente en la actividad económica anual.

Como se mencionó anteriormente, se han desarrollado aproximaciones que permiten valorar o cuantificar el peso de las actividades culturales, particularmente cuando estas recorren las partes más visibles del ciclo cultural: producción, difusión, transmisión y consumo de bienes y servicios culturales.

Al respecto, el Marco de Estadísticas Culturales de Unesco provee un buen marco metodológico, con clasificaciones y procedimientos que permiten, en función de la disponibilidad de información, ir armando una panorámica de actividades, productos y servicios que, participando en diversas etapas del “ciclo cultural”, pueden valorarse y compararse con los aportes de otras actividades. Al respecto, las metodologías que apuntan a construir Cuentas Satélite de la Cultura (CSC) representan, hoy por hoy, el grado de madurez más completo en cuanto a procedimientos de valoración y comparación de los aportes económicos concretos de las actividades culturales. Dicho de un modo simplificado, una vez recolectada y cotejada toda la información, en congruencia con los Marcos de Cuentas Nacionales, las CSC permiten al menos aproximativamente establecer el producto interior bruto cultural, y ponerlo en relación con el PIB total de cada sociedad (véase el recuadro 9.1). En la medida que la construcción de la CSC es regular, puede analizarse además la evolución económica de las distintas actividades características de la cultura, así como otros agregados menores (inversión, empleo y producción, importaciones y exportaciones, participación del sector público, entre otros).

El presente capítulo no tiene dicha pretensión. La necesidad de analizar el conjunto de países de Iberoamérica y, por tanto, de contar con estadísticas razonablemente comparables tanto en términos conceptuales y metodológicos como temporales, multiplica las dificultades para obtener toda la información necesaria para hacer un balance completo de la actividad económica cultural.

Las estadísticas disponibles en forma pública a nivel regional, o que es posible recolectar o construir con relativa facilidad, permiten realizar solo un análisis parcial del aporte económico de las actividades culturales. Si bien dicha información no hace posible arribar responsablemente a un agregado final como el PIB cultural, sí da una idea de la significación de la actividad económica cultural en distintas áreas: empleo público y privado, gasto público, importaciones y exportaciones, entre los más relevantes. Complementariamente, se incluyen estadísticas sobre participación y consumo cultural en los diversos países de la región. Pese a que no ha sido posible valorar económicamente dicho consumo, salvo excepciones, estos indicadores dan cuenta de la oferta cultural y del nivel de demanda efectiva y actividad social que se genera en torno a la producción y difusión de la cultura en los países de la región.

No obstante el alto grado de parcialidad de las estadísticas recolectadas o construidas (principalmente en lo referido a producción privada), que imposibilita establecer la magnitud del PIB cultural, la lectura que de ellas se hace supone que el producto interior bruto cultural es el agregado del consumo intermedio (público y privado) y del consumo final (hogares e instituciones sin fines de lucro) –ya sea de bienes y servicios culturales nacionales o importados–, de la formación bruta de capital, de las exportaciones de productos culturales y de la variación (positiva o negativa) de las existencias.

En las páginas que siguen se analiza el empleo en actividades características de la cultura (incluyendo actividades o dominios auxiliares y actividades relacionadas), las importaciones y exportaciones de bienes y servicios culturales, y el gasto público en el área de la cultura.²

• **Recuadro 9.1. Las Cuentas Satélite de la Cultura**

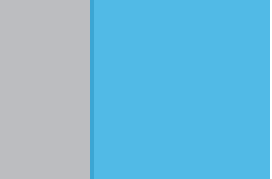
El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) permite elaborar cuentas que miden la actividad económica de un país por sectores de actividad. Así, se describe como un conjunto comparable, coherente, sistemático e integrado de cuentas macroeconómicas, balances y cuadros basados en una serie de conceptos, definiciones, clasificaciones y normas contables convenidos internacionalmente para medir la actividad económica.

El SCN es útil para medir el grado de desarrollo económico y la tasa de crecimiento económico, la evolución del consumo, el ahorro, las inversiones, las deudas y la riqueza (o el patrimonio neto) no solo en la economía total, sino también en cada uno de sus sectores institucionales; a la vez permite observar y analizar las interacciones entre cada uno de los sectores.

La primera versión del SCN fue publicada en 1953 constituyéndose como el primer sistema de contabilidad con alcance internacional. Este sirvió como base para la elaboración del Sistema Europeo de Cuentas (SEC) en 1970. Ambos SCN y SEC han contando con revisiones y reformas, de este modo en la actualidad se utiliza el SCN 93 y el SEC 95.

El SCN 93 incluye el ingreso generado por la actividad productiva, la distribución de ese ingreso entre los diferentes propietarios de los factores productivos, el tipo de gastos de los consumidores intermedios y finales, los montos y tipos de inversión, y los montos y porcentajes destinados al comercio exterior.

² El orden de la exposición de la información no es el asociado al proceso de formación del producto, sino de carácter temático, por razones de simplificación y principalmente debido a las dificultades de desagregación de la información.



El SCN permite estimar una serie de agregados macroeconómicos clave, como el producto interior bruto (PIB), el estimador mensual de actividad económica y la matriz de insumo-producto pero está elaborado de una forma que es lo suficientemente flexible para integrar Cuentas Satélite de distintas áreas.

Las Cuentas Satélite son una forma de medición que complementa el marco del SCN abarcando áreas económicas que no se consideran de forma específica en el SCN, y subrayan la necesidad de ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional a determinadas áreas de interés social de una manera flexible y sin sobrecargar o distorsionar el marco central. Así, encontramos ejemplos como la Cuenta Satélite de Turismo, Salud, Medioambiente y Cultura.

En ese sentido, la Cuenta Satélite de la Cultura (CSC) es un complemento al SCN para el área de la cultura, y es un sistema de medición económica de las actividades características, bienes y servicios del sector cultural, dicho de otra forma, la CSC estima el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía de un país determinado.

Este sistema además posibilita medir la producción, el valor agregado (VA), hacer análisis de la oferta y la demanda de bienes y servicios tanto monetarios como no monetarios, estudiar los ingresos, los activos materiales intangibles, los gastos y usos de los productos culturales, las exportaciones e importaciones, el empleo y los impuestos relativos al sector (CNCA, 2007).

Para el caso particular de una CSC se debe considerar las complicaciones en su elaboración, derivadas especialmente de la fuerte interrelación del sector con otros ámbitos de la economía, a veces muy difíciles de delimitar, de la ausencia de la información, o de la difícil correspondencia con determinadas clasificaciones (Ministerio de Cultura de España, 2009). Si bien existen otras formas de medir el impacto de la cultura en la economía, la Cuenta Satélite, al formar parte del SCN, es más ordenada y adaptable, ya que responde a un patrón de medición comparable entre países.

Existen distintos métodos para realizar una Cuenta Satélite en relación con el marco central del SCN. El primero implica una cierta reordenación de las clasificaciones centrales y la introducción de elementos complementarios que difieren del marco central conceptual (como la identificación de la producción de actividades auxiliares), sin que diverjan sustancialmente de los conceptos sobre los que este se construye. El segundo se basa sustancialmente en conceptos alternativos a los aplicados en el SCN. Sin embargo existen Cuentas Satélite que pueden incluir aspectos de ambas formas. En el caso de Chile, se han incluido encuestas de hogares y censos para determinar algunos indicadores de empleo cultural.

Dada la variedad de metodologías, 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, conjuntamente con la institucionalidad cultural de países de la región y otros organismos internacionales. Construyeron un manual metodológico sobre la implementación de la CSC cuyos propósitos fundamentales son:

- Determinar los principios para seleccionar las prácticas y productos que conforman el campo cultural y establecer definiciones y clasificadores siguiendo los conceptos y el marco de análisis inherente al SCN 93.
- Determinar los mecanismos de producción e intercambio de los productos.
- Determinar los flujos de comercio exterior que afectan a los productos culturales.

- Determinar el gasto total en cultura según objeto, naturaleza y beneficiarios; adquisición de bienes y servicios que benefician directamente a los hogares; activos intangibles tales como obras originales utilizadas en procesos de elaboración de los productos culturales; insumos típicamente culturales usados en procesos de elaboración de productos culturales y no culturales; gastos directos de la autoridad pública en la administración y gestión cultural, etc.
- Establecer los diferentes procesos por los cuales se financia el consumo cultural.
- Ofrecer indicadores que permitan una caracterización de la oferta y la demanda de los productos culturales relacionados con las variables económicas presentadas en la CSC (Trylesinski y Asuaga, 2010).
- Los primeros países en implementar la CSC fueron España y Finlandia en el año 2009; posteriormente lo hicieron Colombia y Chile, mientras que otros países, como los que forman parte de Mercosur y Costa Rica, se encuentran en el proceso de su implementación.

En España, que ya ha desarrollado CSC a nivel regional, la operación estadística se aborda fundamentalmente considerando el enfoque de la oferta, y es complementada con algunas estimaciones elaboradas desde el punto de vista de la demanda. Desde la perspectiva de la oferta las características de clasificación utilizadas son los sectores culturales y las fases determinadas por la situación de las actividades económicas en función de su situación en las distintas etapas de la cadena de producción, reproducción o distribución de bienes y servicios culturales (Ministerio de Cultura de España, 2009).

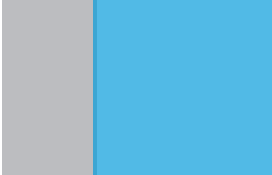
Dentro de los sectores culturales se consideran áreas como patrimonio, archivos y bibliotecas, libros y prensa, artes plásticas, escénicas, multimedia, etc. En Chile se consideran áreas culturales como danza, teatro, fotografía y artes visuales (CNCA, 2007). Para efectos de compilar una CSC los países deben determinar los productos de interés, que son los productos específicos del área y los productos conexos para cada sector.

Fuentes: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) (2007). *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*; Ministerio de Cultura de España (2009). *Metodología cuenta satélite de la cultura de España*. División de Estadísticas Culturales, España; ORTÚZAR, Marcelo (2001). *El concepto de cuenta satélite y la generación de normas y orientaciones por los organismos internacionales en taller internacional de cuentas nacionales de Salud y Género*. Santiago, Chile; TRYLESINSKI Y ASUAGA (2010). *Cuenta Satélite de Cultura: revisión de experiencias internacionales y reflexiones para su elaboración*. Quantum vol. 5.

El empleo en el ámbito de la cultura y en las actividades relacionadas

El empleo es una de las áreas que por excelencia ilustran la importancia que le dan las sociedades a una actividad específica. El nivel de demanda efectiva de trabajadores en dicha actividad da cuenta del nivel de movilización de los diversos agentes (Estado, privados, organizaciones sin fines de lucro) en torno a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios asociados a esa actividad.

En el ámbito de la producción de bienes y servicios culturales ocurre algo similar. No obstante, la aproximación empírica a dicha "importancia" en el mercado de trabajo conlleva algunas dificultades particulares en el momento de establecer cuáles son las actividades específicas relacionadas con los distintos ámbitos (o dominios) que conciernen directa o indirectamente a la cultura. Esto por cuanto la producción de bienes y servicios culturales requiere de la pro-



visión de insumos (bienes y servicios intermedios) provenientes de sectores que no siempre se identifican claramente como culturales. Por otro lado, la provisión, difusión, exhibición de bienes y servicios culturales moviliza además la actividad económica y el empleo de otros sectores, en ocasiones difícil de medir, entre los que destaca el comercio informal y el turismo.

Para hacer frente a dichas dificultades, el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de Unesco, además de clasificar los diversos dominios culturales –actividades claramente características de la cultura–, establece un conjunto de actividades auxiliares, que sin ser productoras directas de cultura, proveen materiales y actividades necesarios para la producción de esta (por ejemplo, papel para los libros), y sin la cual su nivel de actividad económica sería muy reducida o perdería sentido. Adicionalmente, el MEC sugiere, en un análisis ampliado, la consideración de sectores productivos (o de servicios) que sin ser culturales ni participar indirectamente en la producción y distribución de bienes y servicios de esta índole, desarrollan una actividad económica que necesariamente entra en interacción con los diversos bienes culturales (al menos en su mayor parte). Los sectores aludidos son principalmente el turismo y los deportes y recreación.

Naturalmente, no es fácil identificar siempre qué actividades son características de la cultura, qué sectores de actividad participan indirectamente en su producción y qué actividades no culturales están realmente relacionadas. Esto por cuanto las fuentes de información identifican el rubro general de actividad de una empresa, lo que no permite necesariamente distinguir qué parte de su producción es “primaria”, en función de dicha actividad. Por otro lado, las mediciones disponibles, y razonablemente comparables a nivel regional, habitualmente no realizan distinciones demasiado certeras de las actividades económicas específicas o de las ocupaciones de los trabajadores.

La presente sección se basa principalmente en el análisis de las encuestas de hogares provistas por los países al sistema de Naciones Unidas, siguiendo la guía del MEC de 2009, con las adaptaciones necesarias basadas en la cuarta revisión del Clasificador Internacional Industrial Uniforme (CIIU), a las clasificaciones reales de los países (CIIU rev. 4, CIIU rev. 3, SCIAN –Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte– y adecuaciones propias de los países).

En razón tanto de la comparabilidad como de la reelaboración de la información sobre la base de mediciones no siempre suficientemente desagregadas, las cifras aquí presentadas corresponden a estimaciones que eventualmente pueden subrepresentar el sector de la cultura en el empleo. Al respecto, los esfuerzos regionales desplegados en torno al desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana deben impulsar el interés de los países por realizar mediciones más exhaustivas y detalladas del empleo en el sector, sobre la base de información más específica de la que pueden disponer a partir de encuestas de hogares y de empleo, encuestas y censos comerciales/empresariales/productivos, registros administrativos y contables, entre otros.

» El empleo cultural

En términos de actividad económica, la ocupación en empresas o por cuenta propia en rubros dedicados a la conservación del patrimonio cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones de tipo cultural, las artes visuales y artesanías, la producción de libros, la prensa, los producción de/por medios audiovisuales e interactivos, el diseño, los servicios creativos y la educación cultural³ son actividades consideradas nucleares de la cultura.

³ Aunque la Archivística y preservación se identifica como dominio transversal a todas las actividades características de la cultura, aquí ha quedado dentro del dominio cultural Libros y prensa, que incluye trabajadores de bibliotecas y archivos. Las actividades de preservación y restauración son clasificadas dentro de Patrimonio cultural y natural.

A nivel regional, el empleo ligado directamente a actividades características –nucleares– de la cultura ocupaba aproximadamente 4.4 millones de personas alrededor de 2010 (véase el cuadro 9.1). Por razones obvias, son Brasil y México los países donde había mayor cantidad de empleados en este ámbito (1.6 millones y 650,000 personas respectivamente).

La actividad predominante en la región es la relativa a medios audiovisuales e interactivos (incluye cine, TV y radio), cuya gravitación dentro de las actividades culturales alcanza el 24% de los ocupados, casi 1.1 millones de personas, seguida de las actividades culturales asociadas a la producción de libros y la prensa (casi el 22% del empleo cultural, 950,000 personas).

Naturalmente, las cifras regionales esconden una alta heterogeneidad en la distribución de dichos empleos por país, lo que depende en parte del grado de desarrollo de diversas industrias culturales y la presencia de multinacionales en el rubro en cada uno de ellos, así como del esfuerzo público por promover las diversas manifestaciones culturales. De esta forma, por ejemplo en Chile, España, República Dominicana y Uruguay predominan los empleos en el rubro de libros y prensa (38%), mientras que se observa un predominio de las actividades asociadas a medios audiovisuales en los restantes países, especialmente en el Estado Plurinacional de Bolivia (52%), Costa Rica (37%), Ecuador (45%), El Salvador (37%), Honduras (34%), Nicaragua (44%), Panamá (40%) y Paraguay (41%).

Cuadro 9.1

IBEROAMÉRICA (19 PAÍSES): EMPLEO EN ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA, CLASIFICADO SEGÚN DOMINIOS CULTURALES a/ (en miles de personas y porcentajes)

País	Año	Empleo cultural		Patrimonio cultural y natural	Presentaciones y celebraciones	Artes visuales y artesanías	Libros y prensa	Medios Audiovisuales e interactivos	Diseño y servicios creativos	Educación cultural
		Miles	Porcentaje							
Argentina b/	2010	327.9	100.0	13.2	-	1.7	24.9	32.0	13.5	14.6
Bolivia , Est. Plur. de	2007	56.0	100.0	1.0	20.5	9.4	6.7	51.7	3.1	7.8
Brasil	2009	1,625.9	100.0	5.6	3.0	1.9	21.5	28.7	18.1	21.2
Chile c/	2009	173.8	100.0	24.5	5.3	5.4	31.1	12.9	20.6	-
Colombia	2010	125.8	100.0	1.4	39.2	12.7	17.9	12.4	15.6	0.8
Costa Rica	2010	33.1	100.0	8.8	12.9	2.8	10.3	36.5	16.0	12.6
Ecuador	2010	56.0	100.0	1.1	8.1	12.1	14.9	44.8	10.4	8.4
El Salvador	2010	23.0	100.0	10.0	4.5	6.1	15.1	36.5	17.7	10.0
España	2009	586.0	100.0	7.9	6.7	9.5	38.1	21.6	-	16.1
Guatemala	2006	62.5	100.0	1.8	0.4	58.0	11.1	16.4	1.2	11.1
Honduras	2010	31.9	100.0	3.1	5.1	11.0	22.9	34.4	20.6	2.8
México	2010	652.4	100.0	28.5	8.9	5.8	19.9	12.6	5.2	19.1
Nicaragua	2005	18.4	100.0	1.3	11.0	19.0	11.1	44.4	9.2	4.0
Panamá	2010	16.1	100.0	1.1	6.2	2.9	10.8	40.2	19.2	19.6
Paraguay	2010	29.7	100.0	2.4	11.9	14.3	11.4	40.5	10.2	9.2
Perú	2010	241.9	100.0	0.2	8.8	14.0	11.8	27.3	9.6	28.4
Rep. Dominicana	2010	69.8	100.0	7.7	-	-	31.5	30.1	7.8	22.9
Uruguay	2010	39.0	100.0	6.8	4.3	12.9	42.3	15.7	9.2	8.7
Venezuela, Rep. Bol. de	2010	210.3	100.0	71.4	-	-	5.4	22.9	-	-
Iberoamérica		4,379.6	100.0	15.1	5.7	5.9	21.9	24.3	10.4	16.7

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, y Cuenta Satélite de la Cultura de España, Series Anuales.

a/ Los dominios en blanco corresponden a actividades que no han podido ser distinguidas adecuadamente, por lo que aparecen incluidas en los restantes.

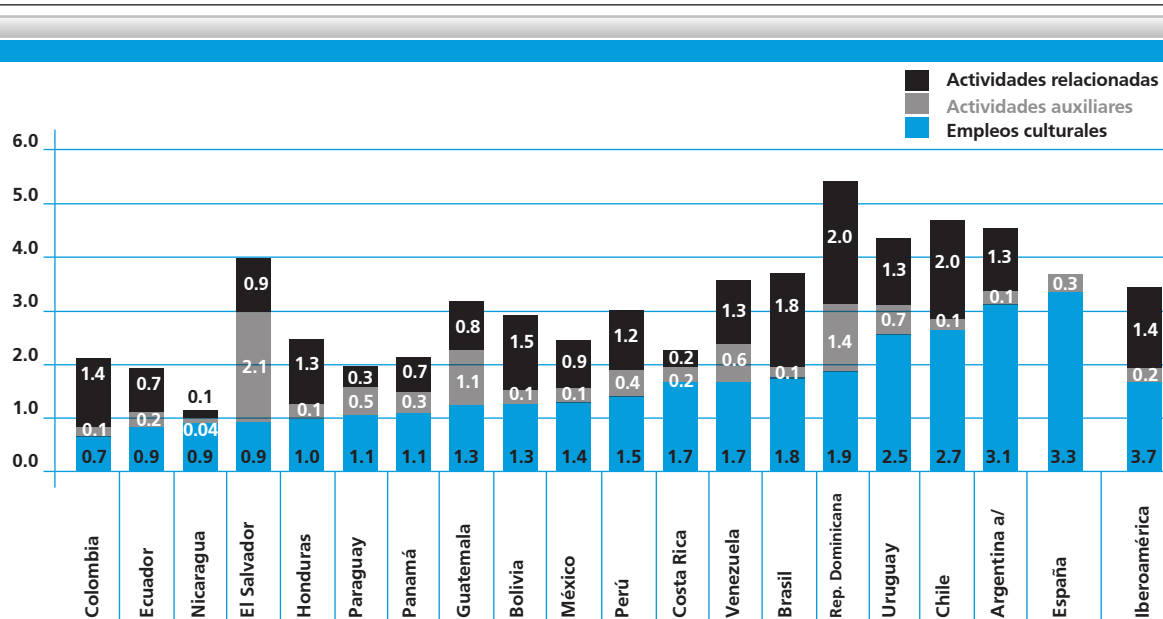
b/ Zonas urbanas.

c/ Debido a que no fue posible distinguir claramente los empleos según los diversos dominios, se utilizó como referencia para su distribución la información proveniente de la Cuenta Satélite.

Por otro lado, la gravitación del empleo cultural es de aproximadamente 1.7% del total de los empleos en la región, a los que se suman 0.2% de ocupados en actividades auxiliares (unas 584,000 de personas), y 1.4% en actividades o dominios relacionados (3.3 millones de personas, de las cuales 60% participan en actividades relacionadas con el turismo⁴ (véase el gráfico 9.1). En términos sintéticos, el empleo cultural, las actividades auxiliares y las ramas de actividad relacionadas generan aproximadamente 3.4% del empleo total de los países de la región (8.3 millones de puestos de trabajo). Nuevamente, hay una alta heterogeneidad en la situación de los países. En lo referido a empleos directamente relacionados con la cultura, en un extremo se encuentran Colombia, Ecuador, El Salvador y Nicaragua, con participaciones inferiores al 1% del mercado de trabajo; en el otro extremo, Argentina, Chile, Uruguay y España⁵ superan el 2% de participación en la fuerza de trabajo ocupada.

De acuerdo con diversos estudios en otras regiones, el empleo cultural tiene gravitaciones similares: en Canadá el año 2001 dicho tipo de empleos correspondía al 4% de la fuerza de trabajo ocupada (Singh, 2001); en la Unión Europea, al sector cultural empleaba a 1.7% de los ocupados (año 2009); dentro de ella, destaca el Reino Unido, con 2.1% del empleo, Noruega (2.6%) e Islandia (3.2% de empleos culturales) (Eurostat, 2001).

Gráfico 9.1
IBEROAMÉRICA (19 PAÍSES): GRAVITACIÓN DEL EMPLEO CULTURAL, LAS ACTIVIDADES AUXILIARES DE LA CULTURA, Y 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, y Cuenta Satélite de la Cultura de España, Series Anuales.

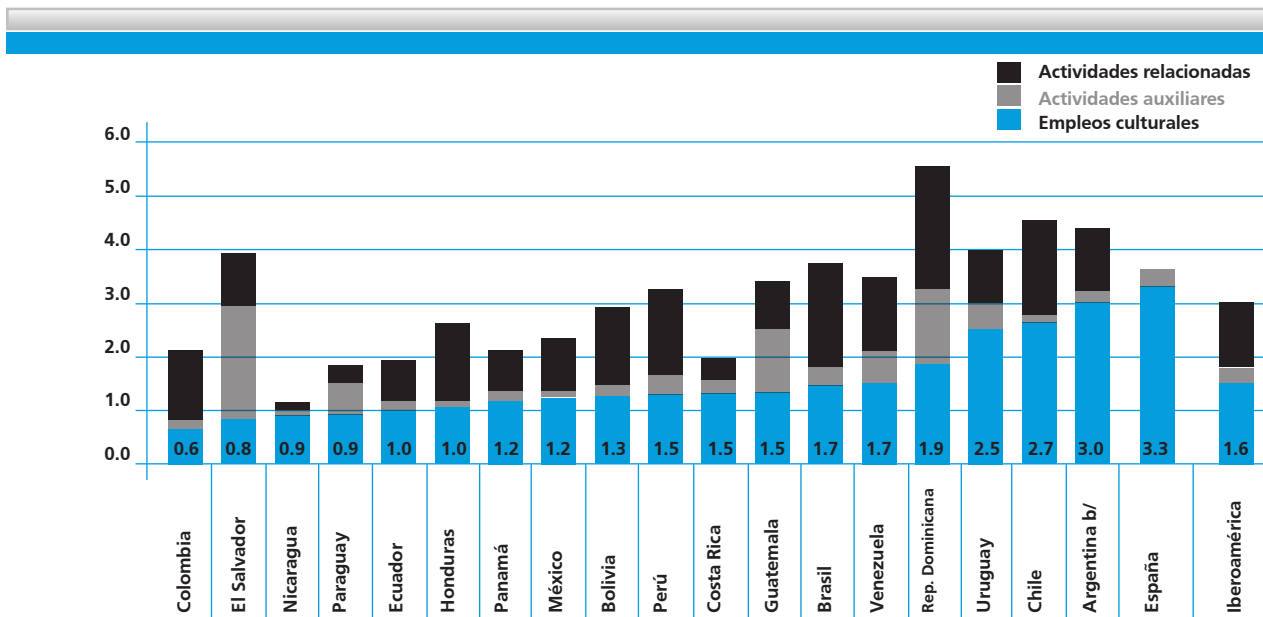
a/ Zonas urbanas.

Pese a que la información anterior da una idea precisa de la proporción de puestos de trabajo o de personas ocupadas en actividades directa o indirectamente relacionadas con la cultura, no da cuenta necesariamente de la intensidad del factor trabajo en esta área al compararla con otro tipo de actividades. Al respecto, el gráfico siguiente presenta el indicador de "empleo equivalente", similar al utilizado en la CSC de España, que corrige el volumen de empleos por las horas efectivamente trabajadas.

⁴ Este rubro incluye el transporte de pasajeros (no es posible distinguir el transporte turístico como tal). No hay información para España. ⁵ Probablemente también Portugal, pero no se cuenta con información de empleo del país.

Gráfico 9.2

IBEROAMÉRICA (19 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, y Cuenta Satélite de la Cultura de España, Series Anuales.
a/ Normalizado por cantidad de puestos de trabajo de jornada completa.

b/ Zonas urbanas.

Como se puede apreciar en el gráfico 9.2, en términos de empleo equivalente aquellos directamente relacionados con la cultura bajan su gravitación al 1.6% del empleo total, y se mantiene la participación de los empleos en actividades auxiliares y de los empleos en actividades relacionadas (deportes, recreación y turismo). En general, en una definición ampliada, el empleo equivalente directa o indirectamente cultural genera aproximadamente el 3.3% del total de tiempo de trabajo. Este leve cambio en la distribución y gravitación de los tres subsectores (empleos culturales, auxiliares y relacionados), sugiere que los empleos culturales suelen tener jornadas inferiores de trabajo, o más específicamente, que hay una cierta proporción de empleos de esta índole que son a tiempo parcial, así como la mayor participación de trabajadores no remunerados en dichas actividades, principalmente si estas son realizadas en empresas de carácter familiar.

» El empleo público en cultura

El Estado desempeña un rol de especial relevancia en el fomento de la transmisión y desarrollo de la cultura. Esto se debe al tamaño de este actor y su relevancia como agente económico que invierte, gasta y regula las formas de participación de otros agentes, pero también porque puede desarrollar actividades en áreas que para el sector privado no son atractivas.

Sin embargo, y como se mencionó en la sección anterior, la implantación en la mayoría de los países de la región del paradigma neoliberal supuso la reducción del tamaño del Estado y la irrupción del sector privado en sectores sociales como la educación y la salud. Si bien el sector cultural nunca ha sido patrimonio exclusivo del Estado, también en este ámbito los Estados latinoamericanos se batieron en retirada entre los años ochenta y noventa. Solo con la desafiliación de varios países de la región al paradigma mencionado, al menos en cuestiones de política social, el ámbito de la cultura ha vuelto a ser materia de inversión estatal, esta vez en un contexto mucho más globalizado y con considerable predominio de grandes industrias culturales nacionales y transnacionales, especialmente en el área audiovisual y editorial.

En América Latina, el sector público ocupa aproximadamente 25.9 millones de personas, equivalente al 11% de la fuerza de trabajo ocupada (véase el cuadro 9.2). El peso del empleo público dentro del empleo total varía desde poco más del 4% de la fuerza de trabajo ocupada en Colombia, a alrededor del 19% en la República Bolivariana de Venezuela, seguido con un 16% en Argentina (zonas urbanas) y Panamá.

En contraste, la participación pública en actividades directamente relacionadas con la cultura es significativamente mayor: los más de 580,000 trabajadores públicos dedicados a estas actividades representan casi un 15% del empleo total en los diversos dominios culturales. También hay un rango de variación importante en dicha participación (entre el 2% del empleo cultural en el Estado Plurinacional de Bolivia, y el 33% en la República Bolivariana de Venezuela), en la mayoría de países el empleo público cultural está sobrerrepresentado. A nivel regional, la participación en el sector cultural es 1.4 veces superior a la participación total del Estado en el mercado de trabajo.

Al contrario, se estima que la participación pública en las actividades auxiliares de la cultura, así como en los ramos relacionados con la misma solo incluiría unos 90,000 trabajadores en la región, representando solo el 2.4% del empleo en este tipo de actividades. Esto indica que si bien los Estados latinoamericanos tienen una fuerte participación en la producción de bienes y servicios culturales (que en una proporción importante incluyen actividades y servicios de escasa rentabilidad y, por tanto, sin atractivo para el sector privado), dependen en buena medida de la producción privada local e internacional de los insumos necesarios para desarrollar la actividad. Adquiridos a precios de mercado, los costos finales de los bienes y servicios culturales públicos se encarecen, aunque no necesariamente para los consumidores finales (principalmente los hogares), además de que esta relación dinamiza la actividad económica en estos rubros. Por otro lado, la escasa participación en la producción de bienes y servicios relacionados (deportes y recreación, y turismo) sugiere una menor atención en estos rubros, desaprovechando las posibles sinergias entre el desarrollo del sector cultural (principalmente patrimonio natural e histórico) y el sector recreativo y de turismo.

Cuadro 10.2

IBEROAMÉRICA (19 PAÍSES): EMPLEO PÚBLICO EN CULTURA Y ACTIVIDADES RELACIONADAS, Y GRAVITACIÓN EN EL EMPLEO TOTAL a/ (en miles de personas y porcentajes)

País	Año	Empleo público total		Empleo público cultural		Empleo público en actividades relacionadas con la cultura a/	
		Miles de personas	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes	Miles de personas	Porcentajes
Argentina a/	2010	1,689.4	16.0	39.8	12.1	10.4	6.9
Bolivia, Est. Plur. de	2007	401.8	9.3	1.1	2.0	1.1	1.6
Brasil	2009	10,754.0	11.8	235.6	14.5	18.2	1.0
Chile	2009	756.1	11.6	12.7	7.3	3.8	2.8
Colombia	2010	806.4	4.3	22.5	17.9	1.4	0.5
Costa Rica	2010	212.5	11.2	4.5	13.6	0.0	0.0
Ecuador	2010	575.9	9.4	8.7	15.5	1.2	2.0
El Salvador	2010	193.0	7.9	2.1	9.2	0.6	0.8
Guatemala	2006	272.7	5.5	2.8	4.4	1.4	1.5
Honduras	2010	194.7	6.3	1.8	5.7	0.5	1.0
México	2010	5,162.7	11.2	133.3	20.4	19.8	4.1
Nicaragua	2005	138.9	7.0	0.7	3.5	0.0	0.5
Panamá	2010	229.5	15.8	3.2	19.7	1.4	9.7
Paraguay	2010	258.9	9.2	0.7	2.5	3.9	17.5
Perú	2010	1,289.6	8.2	22.6	9.3	1.8	0.7
Rep. Dominicana	2010	490.9	13.1	15.3	21.9	1.0	0.8
Uruguay	2010	227.9	14.7	2.2	5.7	0.2	0.7
Venezuela, Rep. Bol. de	2010	2,298.9	19.0	70.1	33.4	24.6	11.0
Iberoamérica		25,953.0	11.0	579.7	15.3	91.4	2.4

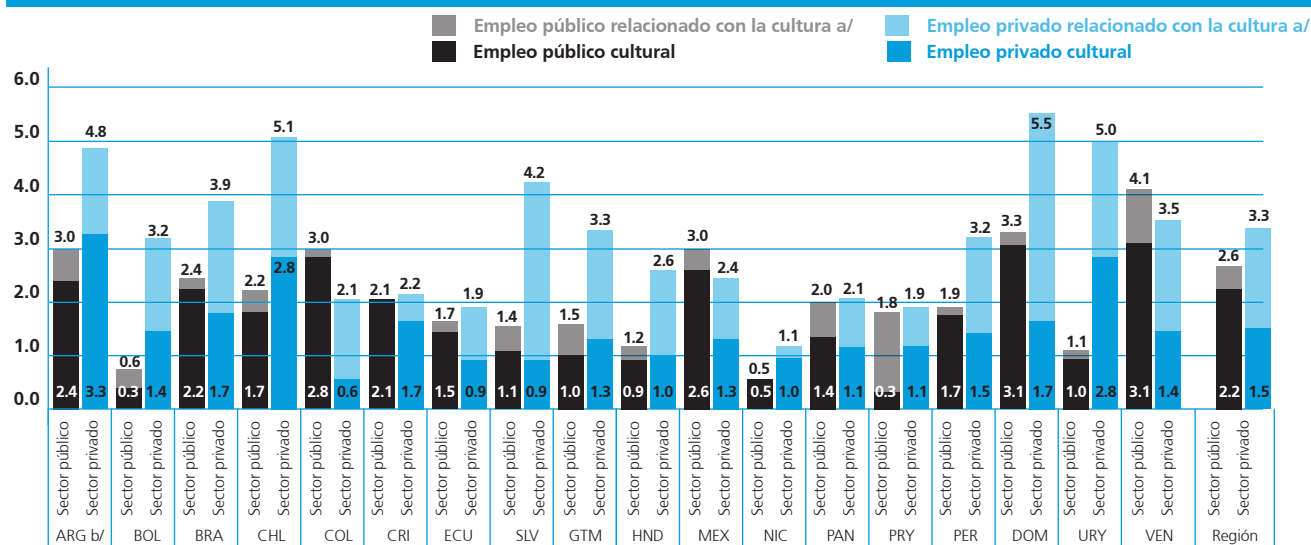
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), estimaciones sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

a/ Zonas urbanas.

La sobrerrepresentación del sector público en el empleo cultural explica el hecho de que, en el sector público, la gravitación del empleo de estas actividades alcance el 2.2% (y el 2.6% incluyendo actividades auxiliares y de recreación, deporte y turismo). Este contraste es notorio respecto del sector privado, que concentra solo el 1.5% del empleo en actividades características de la cultura, aunque si se agrega el empleo en actividades auxiliares o relacionadas (1.8% del empleo privado), la significación total del sector en el ámbito privado alcanza el 3.3%, incluso mayor que en el Estado (véase el gráfico 9.3).

Gráfico 9.3

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): GRAVITACIÓN DEL EMPLEO CULTURAL Y EL EMPLEO RELACIONADO CON LAS ACTIVIDADES CULTURALES a/ EN EL SECTOR PÚBLICO Y 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/ Empleos directa e indirectamente relacionados con la cultura. Estas cifras incluyen el empleo cultural.

» **Las remuneraciones en el ámbito de la cultura**

Uno de los componentes de importancia para la producción de bienes y servicios y que, por tanto, sirve como una primera aproximación para la valoración económica del nivel de actividad sectorial, es el volumen anual de remuneraciones.

Mientras la valoración económica de la producción (y venta) privada de bienes y servicios incluye el consumo intermedio, las remuneraciones, el nivel de excedentes e impuestos, la producción pública o de "no mercado", excluyen la generación de excedentes, por lo que las remuneraciones son un componente de mayor peso. Esto es aún más relevante en el sector cultural, ya que se suele considerar que el valor agregado de los bienes y servicios en este ámbito implica un alto nivel de creatividad y originalidad, costo que se traduce menos en compra de insumos y más en remuneraciones al personal "creativo". Por este motivo, el volumen de remuneraciones en el ámbito de la cultura, aunque no da cuenta cabal del aporte al producto interior bruto de cada país, constituye una aproximación bastante buena para la estimación del nivel de actividad económica relacionada con el sector.

A nivel regional, las remuneraciones⁶ en empleos relacionados directa o indirectamente con la cultura fueron un 28% superiores al total de la economía alrededor de 2010, y casi un 32% superiores a los restantes sectores (véase el cuadro 9.3). La tendencia a pagar remuneraciones superiores al resto de los sectores era generalizada en los países, con las excepciones de Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela.

⁶ Incluye sueldos y salarios, y ganancias por trabajo independiente.

De igual manera, en la región las remuneraciones en empleos culturales (en promedio de USPPA\$ 1049) superaban en 37% aquellas pagadas en los dominios relacionados de deportes, recreación y turismo -con las excepciones de Chile y la República Bolivariana de Venezuela, donde eran levemente inferiores-, y en 44% a las retribuciones monetarias en los servicios auxiliares a la cultura (excepto en el Estado Plurinacional de Bolivia, Chile, Ecuador y México). Respecto de la última comparación, cabe recordar que a nivel regional el promedio de horas trabajadas en los empleos culturales era menor que en otros sectores de la economía, de modo que en términos de empleo equivalente los de carácter cultural tendrían menor gravitación frente al conteo de número de puestos de trabajo ocupados. Ilustrativamente, a nivel regional el promedio de horas mensuales dedicadas por los trabajadores del sector cultural y de los servicios auxiliares fue de 39,8 horas, y de los dominios relacionados de 45,5 horas. Las consideraciones anteriores muestran que el sector cultural es en general mejor remunerado a nivel regional que los restantes, y que los trabajadores públicos en cultura tienen mayores salarios que los trabajadores privados. Los trabajadores de la cultura tienen jornadas de actividad menos extensas incluso respecto de aquellos involucrados en actividades auxiliares de la misma, y los trabajadores públicos en actividades directamente relacionadas con la producción y difusión de cultura trabajan menos horas que los privados: en promedio, las jornadas semanales en el sector público eran de 38,7 horas y las del sector privado en este ámbito alcanzaban las 40,2 horas. Naturalmente, este promedio regional se ve influido por los países donde el sector público es de mayor tamaño, y que precisamente tienen jornadas de trabajo bastante reducidas: En Argentina (zonas urbanas) y México las jornadas semanales no superaban las 31 horas en promedio, y en Brasil rondaban las 33 horas. En contraste, en Guatemala, Honduras, Nicaragua y Perú las jornadas semanales fueron en promedio superiores a las 45 horas semanales. Si bien las remuneraciones medias mensuales de los trabajadores de la cultura son superiores a las de los restantes trabajadores, sus jornadas laborales semanales menos extensas y, por tanto, el valor de la hora trabajada (de US\$ 6,7 en paridad de poder adquisitivo) es 58% superior al resto de la economía, su gravitación dentro del total de las remuneraciones es baja.

Cuadro 9.3
IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): REMUNERACIONES MEDIAS MENSUALES EN LA ECONOMÍA Y EN EL SECTOR CULTURAL Y RELACIONADOS (en dólares expresados en paridad de poder adquisitivo de 2005)

País	Año	Total economía	Total	Empleos relacionados con la cultura					
				Subtotal	Empleo culturales		Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	Otros empleos
					públicos	privados			
En dólares PPA de 2005									
Argentina a/	2010	1896	2135	2252	1817	2308	2240	1847	1868
Bolivia, Est. Plur. de	2007	448	489	498	895	492	766	464	413
Brasil	2009	629	857	1005	880	1014	788	719	595
Chile	2009	1110	1187	1107	1006	1113	1209	1295	1119
Colombia	2010	803	1017	1594	1861	1533	1208	723	780
Costa Rica	2010	921	1036	1114	1524	1002	577	824	902
Ecuador	2010	595	894	905	1513	772	1729	613	573
El Salvador	2010	424	454	537	726	529	408	476	420
Guatemala	2006	595	805	1218	828	1231	432	655	566
Honduras	2010	360	568	679	784	672	587	481	354
México	2010	605	668	697	934	640	850	597	586
Nicaragua	2005	351	683	707	686	698	519	499	340
Panamá	2005	843	1114	1283	1139	1296	773	987	823
Paraguay	2005	551	711	779	803	739	642	589	539
Perú	2010	448	681	804	884	826	427	595	433
Rep. Dominicana	2010	785	830	1020	862	1085	739	716	782
Uruguay	2010	795	784	858	1135	806	494	788	786
Venezuela, Rep. Bol. de	2010	901	835	840	1208	797	635	917	926
Iberoamérica		703	903	1049	1052	1050	724	765	680

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.

Cuadro 9.4

IBEROAMÉRICA (18 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)

País	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 las remuneraciones en el sector			
		Actividades relacionadas con la cultura			Total	Actividades relacionadas con la cultura			Total	Actividades relacionadas con la cultura			Total
		Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas		Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas		Empleos culturales	Actividades auxiliares	Actividades relacionadas	
En millones de dólares de 2005					En porcentajes								
Argentina a/	2010	3,875	144	1,333	5,352	3.7	0.1	1.3	5.1	9.8	0.70	8.1	9.1
Bolivia, Est. Plur. de	2007	92	13	103	207	1.4	0.2	1.6	3.2	3.7	0.00	6.4	4.8
Brasil	2009	10,926	568	8,077	19,571	2.8	0.1	2.1	5.1	12.7	0.00	1.1	7.5
Chile	2009	1,376	35	1,200	2,611	2.7	0.1	2.3	5.1	6.6	0.59	1.6	4.2
Colombia	2010	1,122	116	1,042	2,280	1.3	0.1	1.2	2.7	20.9	0.00	1.6	11.0
Costa Rica	2010	227	13	20	260	2.1	0.1	0.2	2.4	18.7	0.00	0.0	16.3
Ecuador	2010	257	125	139	521	1.4	0.7	0.8	2.8	25.9	0.00	2.5	13.4
El Salvador	2010	73	125	64	262	1.2	2.0	1.0	4.3	12.4	0.51	5.3	5.0
Guatemala	2006	482	144	172	797	2.6	0.8	0.9	4.3	3.0	0.07	8.1	3.6
Honduras	2010	112	14	103	229	1.9	0.2	1.8	3.9	6.6	0.00	1.2	3.8
México	2010	3,570	405	1,967	5,942	1.6	0.2	0.9	2.7	27.4	1.05	5.4	18.3
Nicaragua	2005	60	2	4	66	1.9	0.1	0.1	2.0	3.4	0.00	0.4	3.2
Panamá	2010	129	20	66	214	1.7	0.3	0.9	2.8	17.5	0.00	16.3	15.6
Paraguay	2010	90	35	19	144	1.5	0.6	0.3	2.4	2.6	40.06	0.0	11.3
Perú	2010	1,053	128	597	1,779	2.8	0.3	1.6	4.7	10.3	0.00	1.5	6.6
Rep. Dominicana	2010	485	257	369	1,112	2.4	1.3	1.8	5.6	18.5	0.00	1.0	8.4
Uruguay	2010	218	33	102	353	2.7	0.4	1.3	4.4	7.5	0.01	1.6	5.1
Venezuela, Rep. Bol. de	2010	1,169	286	948	2,403	1.6	0.4	1.3	3.3	48.0	1.74	18.8	31.0
Iberoamérica		25,316	2,463	16,325	44,103	2.4	0.2	1.5	4.1	15.9	1.02	3.5	10.5

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.

Como consigna el cuadro 9.4, el volumen regional de remuneraciones anuales de los empleos culturales alcanzaba los 25,000 millones de dólares (a precios de 2005), a los que se pueden agregar 2,400 millones en actividades auxiliares de la cultura y 16,000 millones en remuneraciones destinadas a sectores relacionados, con un total que se empina, alrededor de 2010, por sobre los 44,000 millones de dólares. Este volumen total representaba aproximadamente el 4.1% de las remuneraciones totales de las economías iberoamericanas consideradas, y se concentraba mayormente en los empleos culturales (57% de las remuneraciones involucradas en el conjunto de actividades relacionadas con la cultura), que representaban cerca del 2.4% del total de remuneraciones pagadas en la región.

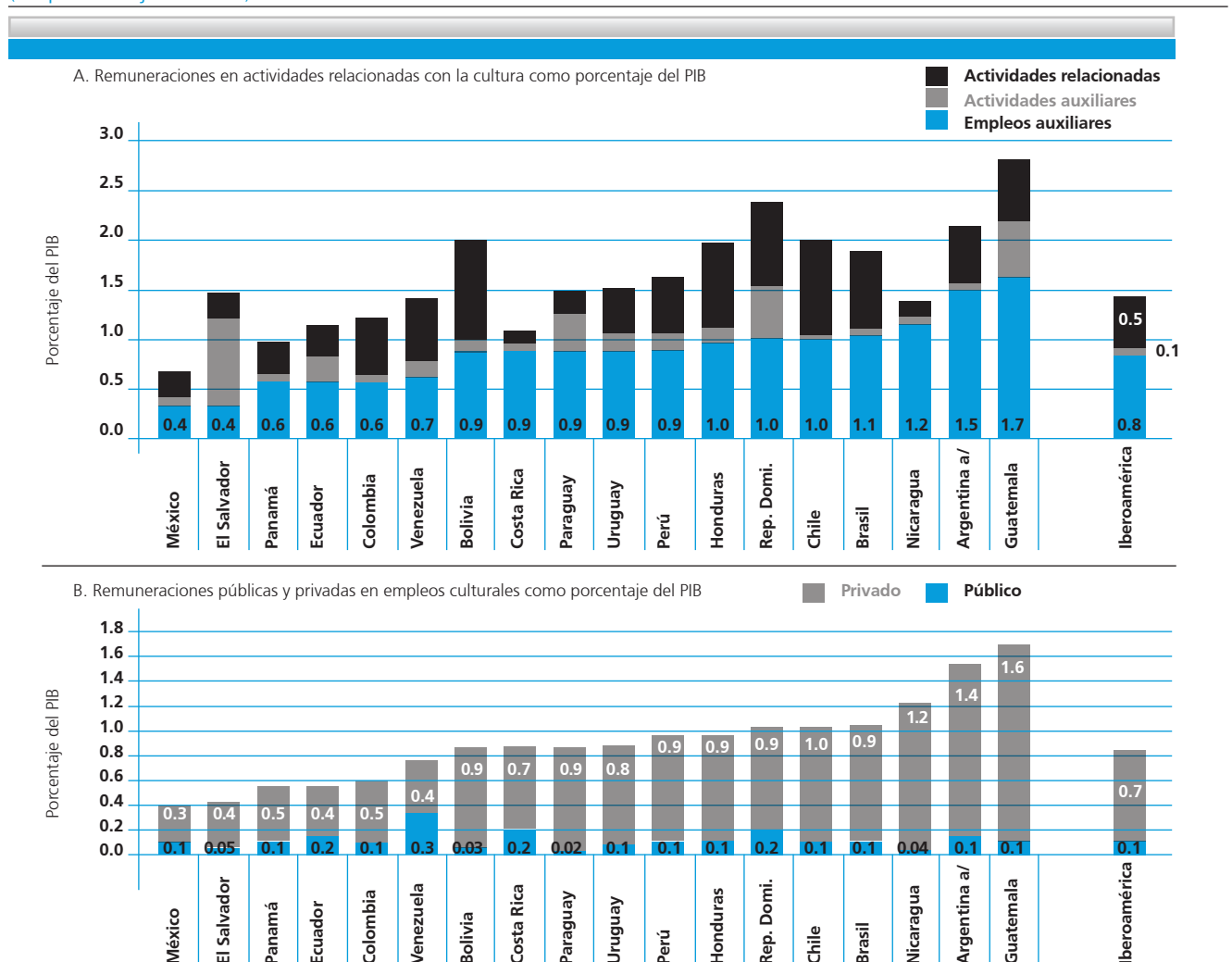
Por otro lado, alrededor del 0.8% del PIB regional fue generado en remuneraciones asociadas directamente a empleos culturales, mientras que un 0.1% del mismo se originó en remuneraciones en actividades auxiliares de la cultura y 0.5% en actividades relacionadas (véase el gráfico 9.4.A). Los países en los que se registra una mayor gravitación de las remuneraciones culturales en el PIB son Argentina, Brasil, Chile, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana (1% o más del PIB).

A nivel regional las remuneraciones públicas en empleos culturales aportaron el 0.1% del PIB, y las asociadas al sector privado de la cultura representaron un 0.7% del mismo (véase el gráfico 9.4.B). Notoriamente los países donde hay una mayor gravitación de las remuneraciones privadas son Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, Chile, Nicaragua y Uruguay.

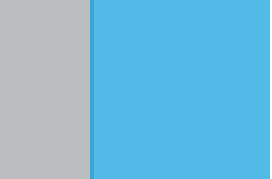
Las remuneraciones constituyen un aporte relevante en la formación del producto interior bruto, principalmente del generado por el Estado. Desde este punto de vista, el volumen total de remuneraciones sirve para establecer una noción mínima del aporte de la cultura a las economías de la región. Por tanto, el análisis de su evolución, tanto en los componentes públicos como privados, es útil para valorar su participación en el crecimiento económico y, más en general, en el desarrollo económico y social de los países de la región.

Gráfico 9.4

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): SIGNIFICACIÓN DE LAS REMUNERACIONES EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA EN EL PIB, Y PESO DE LAS REMUNERACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN EMPLEOS CULTURALES (en porcentajes 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.



Las importaciones y las exportaciones de bienes culturales y productos auxiliares para la producción cultural

Los movimientos de comercio internacional son otro grupo de indicadores que muestran el nivel de actividad total o sectorial. Naturalmente, los sectores que desarrollen actividades económicas cuyos insumos no son producidos localmente o sus precios son comparativamente mayores importan productos para su consumo intermedio (o final en el caso del comercio). Estos sectores pueden orientar su producción principalmente al consumo local o exportar nuevos productos a los que se les ha agregado algún tipo de valor.

Si bien para la economía de un país no es conveniente tener una balanza comercial deficitaria (más importaciones que exportaciones), ni la excesiva dependencia en la producción de la importación de bienes intermedios (al verse afectado por variaciones de los precios internacionales), ni tampoco la excesiva dependencia de las exportaciones para su crecimiento (por la inestabilidad de las restantes economías), para un sector en particular esto no necesariamente es cierto. Esto por cuanto cada sector de la economía interactúa con otros ya sea recibiendo o proveyendo insumos productivos, como por el hecho de que el crecimiento de un sector en particular puede depender del dinamismo económico de otro. Es el caso del sector de la cultura 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, monumentos, entre otros) y natural (parques, zoológicos, etc.).

En las páginas que siguen se realiza una breve revisión del nivel de importaciones y exportaciones en materia de bienes y servicios culturales, clasificados según el dominio cultural al que pertenece cada tipo de bien de acuerdo con el Marco de Estadísticas Culturales de Unesco. Aunque la información disponible llega hasta 2010, se ha optado en primer lugar por presentar un promedio bienal y, en segundo, por utilizar las declaraciones de importaciones y exportaciones de los países de los años 2008 y 2009, para evitar variaciones puntuales de un año a otro en la demanda interna o externa de algún bien en particular y presentar valores aunque actualizados lo menos afectados posibles a los efectos de la reciente crisis internacional (principalmente en materia de exportaciones).

» Las importaciones de bienes culturales

Las importaciones de bienes y servicios culturales tienen principalmente dos destinos en las economías: se utilizan como insumos para la producción de nuevos bienes y servicios culturales (aunque eventualmente pueden ser utilizados en la producción de otros bienes y servicios), y son clasificados desde la perspectiva de las cuentas nacionales como consumo intermedio público o privado, o se destinan al consumo final de los hogares (e instituciones sin fines de lucro). Lamentablemente, no hay información disponible sobre la proporción de los mismos destinados a consumo intermedio, o cuántos de ellos van al sector público o privado.

A nivel regional, en 2008-2009 el valor de las importaciones de bienes y servicios culturales fue de 12,500 millones de dólares (a precios de 2005), y representaron el 0.42% del PIB de dichos años, y el 2.1% del total de bienes importados. Aunque en cuanto a volumen total de importaciones de bienes relacionados con la cultura los países que más

importaron en dichos años son México (más de 6,000 millones de dólares) y Argentina (1,200 millones de dólares), como proporción del PIB los países que mayores recursos movilizaron al respecto fueron Paraguay (1.49% del PIB), Nicaragua (1.45%) y Honduras (1.36%), aunque el valor conjunto de las importaciones de estos países fue inferior a 400 millones de dólares (véase el cuadro 9.5).

Del volumen total de recursos asociados a importaciones en bienes de tipo cultural, sin duda los más relevantes son aquellos de productos ligados a los medios audiovisuales e interactivos concentrando el 76,5% del total de las importaciones. Le siguen en importancia relativa los materiales impresos (14,5%) y productos ligados a las artes visuales y artesanías (6,9%). Esta distribución es bastante similar en los distintos países, con la excepción notable del Estado Plurinacional de Bolivia y de Cuba, cuyas importaciones se concentran principalmente en materiales impresos; en sentido contrario, también es notable la baja participación de este tipo de productos en Argentina y Uruguay (9,4% y 5,5% del total de las importaciones respectivamente).

Una parte significativa de los bienes y productos de tipo cultural importados se destina probablemente a la comercialización directa, sin mayor valor agregado, orientada al consumo final de los hogares. Esto se puede ver por el hecho de que una proporción muy importante de productos son normalmente de consumo final, como los asociados a la telefonía móvil, los libros, los instrumentos musicales, las cámaras fotográficas, entre otros. Esta información también permite entender la escasa significación que tienen en el empleo las actividades auxiliares para la producción cultural, ya que se aprecia un alto nivel de dependencia de productos importados utilizables para la producción local de bienes y servicios culturales.

Entre los años 2007 y 2010, para los cuales se obtuvo información posible de clasificar según los distintos dominios culturales (CUCI rev. 4), las importaciones de bienes culturales disminuyeron en un 6% (-2% anual), siendo las caídas más significativas las de bienes relacionados con presentaciones artísticas y celebraciones (-15% anual) y el patrimonio cultural y natural (-12% anual). También se registró una disminución del -3.5% anual en las importaciones de medios audiovisuales e interactivos (el rubro más significativo de las importaciones, como se ve en el cuadro 10.5). Por el contrario, las importaciones asociadas a los servicios de diseño y servicios creativos se triplicaron entre 2007 y 2010, creciendo en un 57% anual).

Cuadro 9.5

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES EN BIENES Y SERVICIOS CULTURALES a/, Y DISTRIBUCIÓN SEGÚN DOMINIOS CULTURALES b/, PROMEDIO 2008-2009 (en millones de dólares de 2005 y porcentajes)

País	Volumen total de importaciones de bienes culturales	Importaciones de bienes culturales en relación con las importaciones totales	Importaciones de bienes culturales en relación con el PIB	Distribución de las importaciones por dominios culturales					
				Patrimonio cultural y natural	Presentaciones artísticas y celebraciones	Artes visuales y artesanías	Libros y prensa	Medios audiovisuales e interactivos	Diseño y servicios creativos
Millones de dólares				Porcentajes					
Argentina	1,200	3.4	0.52	0.6	1.4	5.6	9.4	82.9	0.2
Bolivia, Est. Plur. de	32	1.0	0.28	0.1	1.4	15.8	53.9	28.1	0.8
Brasil	976	1.0	0.10	0.9	4.8	16.7	12.5	64.2	0.8
Chile	869	2.3	0.65	0.2	1.5	3.8	12.0	81.9	0.7
Colombia	654	2.5	0.37	0.1	1.3	6.7	13.0	78.4	0.5
Costa Rica	141	1.3	0.59	0.3	2.6	9.5	33.0	54.1	0.5
Cuba	60	0.7	0.11	1.0	1.8	14.4	51.4	29.5	1.9
Ecuador	318	2.3	0.75	0.1	1.8	6.0	20.6	71.1	0.4
El Salvador	169	2.6	0.92	0.1	1.0	2.8	25.3	70.5	0.3
Guatemala	281	3.0	0.89	0.1	2.1	4.1	21.4	72.0	0.3
Honduras	155	2.7	1.36	0.2	0.8	2.0	27.2	69.6	0.2
México	6,206	2.5	0.69	0.2	0.8	6.3	14.6	78.0	0.1
Nicaragua	80	2.3	1.45	0.2	1.0	2.2	35.9	60.3	0.3
Panamá	95	1.3	0.45	-	-	-	-	-	-
Paraguay	129	2.8	1.49	0.0	0.9	3.5	7.9	87.5	0.3
Perú	620	3.0	0.60	0.0	1.3	4.5	12.5	81.3	0.3
Rep. Dominicana	77	0.6	0.18	-	-	-	-	-	-
Uruguay	110	2.0	0.51	0.2	1.1	4.7	5.5	88.1	0.3
Venezuela, Rep. Bol. de. c/	335	1.4	0.22	-	-	-	-	-	-
Total	12,506	2.1	0.42	0.3	1.5	6.9	14.5	76.5	0.3

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Base de Datos Estadísticos de Comercio Exterior (BADECEL).

a/ Las cifras están expresadas en valores CIF (Cost, Insurance and Freight), referido a que 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/ En Panamá, República Dominicana y la República Bolivariana de Venezuela no se pudo homologar la clasificación de los restantes países, basada en la clasificación CUCI rev. 4, ya que la clasificación disponible no es completamente compatible.

c/ Promedio 2005-2006. Para el periodo posterior, el país no ha informado las exportaciones.

» Las exportaciones de bienes y servicios culturales y balanza comercial en el rubro

Si bien no es posible, con la información disponible a nivel regional, determinar el uso específico de los productos importados y así poder distinguir qué proporción de estos se utiliza para consumo intermedio y, por tanto, contabilizarlos para la estimación de su importancia en el producto interior bruto, no sucede lo mismo con las exportaciones. De esta forma, constituyen una de las aproximaciones directas para la contabilización del impacto de la cultura en la economía de los países, junto con el gasto público, como se verá más adelante.

En la región, el volumen total de exportaciones de bienes culturales alcanzó en 2008-2009 aproximadamente unos 11,800 millones de dólares.⁷ El mayor exportador de bienes y servicios de esta naturaleza fue México, con una participación de 83% entre los países con información, seguido por Brasil (11% del total de exportaciones de bienes culturales). A la vez, ambos fueron los únicos países con un claro excedente en la balanza comercial de este tipo de productos. Los restantes países (salvo Honduras, que importó prácticamente el mismo monto de recursos que exportó en el periodo) tienen una balanza comercial claramente negativa: en promedio, y excluyendo a los países mencionados, las exportaciones de bienes y servicios culturales equivalían solamente a 11% de las importaciones de

⁷ En 2001, solo las exportaciones culturales del Reino Unido fueron de alrededor de 22,000 millones de dólares (4.7% del total de sus exportaciones).

productos del mismo rubro. Las exportaciones de bienes culturales tienen una pequeña participación en el total de exportaciones: 1.8% del total de exportaciones (véase el cuadro 9.6). Las excepciones a esto las constituyen Honduras y México, cuyas ventas al exterior de bienes de tipo cultural equivalían al 6.8% y al 4.1% del total de exportaciones respectivamente.

Cuadro 9.6

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES, Y DISTRIBUCIÓN SEGÚN DOMINIOS CULTURALES a/, PROMEDIO 2008-2009 (en millones de dólares de 2005 y porcentajes)

País	Volumen total de exportaciones de bienes culturales	Exportaciones de bienes culturales en relación con las exportaciones totales	Razón entre exportaciones culturales e importaciones culturales	Distribución de las exportaciones por dominios culturales					
				Patrimonio cultural y natural	Presentaciones artísticas y celebraciones	Artes visuales y artesanías	Libros y prensa	Medios audiovisuales e interactivos	Diseño y servicios creativos
	Millones de dólares	Porcentajes	Razones	Porcentajes					
Argentina	131	0.3	0.11	4.8	0.2	36.6	44.5	13.7	0.1
Bolivia, Est. Plur. de	1	0.01	0.02	2.0	15.9	2.4	49.0	30.2	0.6
Brasil	1,269	1.2	1.30	1.3	0.2	3.4	4.3	90.4	0.4
Chile	61	0.1	0.07	0.7	0.5	3.4	74.3	21.0	0.0
Colombia	156	0.6	0.24	0.5	0.1	0.4	92.6	6.2	0.1
Costa Rica	52	0.7	0.36	0.4	0.1	34.1	35.4	30.0	0.0
Cuba	8	0.6	0.13	10.3	0.5	10.1	75.0	4.1	0.0
Ecuador	12	0.1	0.04	0.5	0.5	2.2	79.2	17.5	0.1
El Salvador	26	1.2	0.16	0.4	0.0	0.5	83.9	15.1	0.1
Guatemala	25	0.6	0.09	0.3	1.0	3.1	47.1	47.9	0.6
Honduras	155	6.8	1.00	0.0	0.0	0.0	99.7	0.2	0.0
México	9,815	4.1	1.58	0.1	0.4	3.1	4.4	92.0	0.0
Nicaragua	7	0.5	0.08	0.9	0.1	0.2	90.2	8.6	0.0
Panamá	0.4	0.05	0.004	-	-	-	-	-	-
Paraguay	1	0.03	0.006	0.9	0.4	0.3	61.5	36.9	0.0
Perú	54	0.2	0.09	1.9	1.4	1.6	85.5	9.3	0.3
Rep. Dominicana	7	0.1	0.09	-	-	-	-	-	-
Uruguay	23	0.6	0.21	2.1	0.1	0.1	92.1	5.6	0.0
Venezuela, Rep. Bol. de. c/	3	0.005	0.008	-	-	-	-	-	-
Total	11,805	1.8	0.94	0.4	0.4	3.6	9.3	86.2	0.1

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Base de Datos Estadísticos de Comercio Exterior (BADECEL).

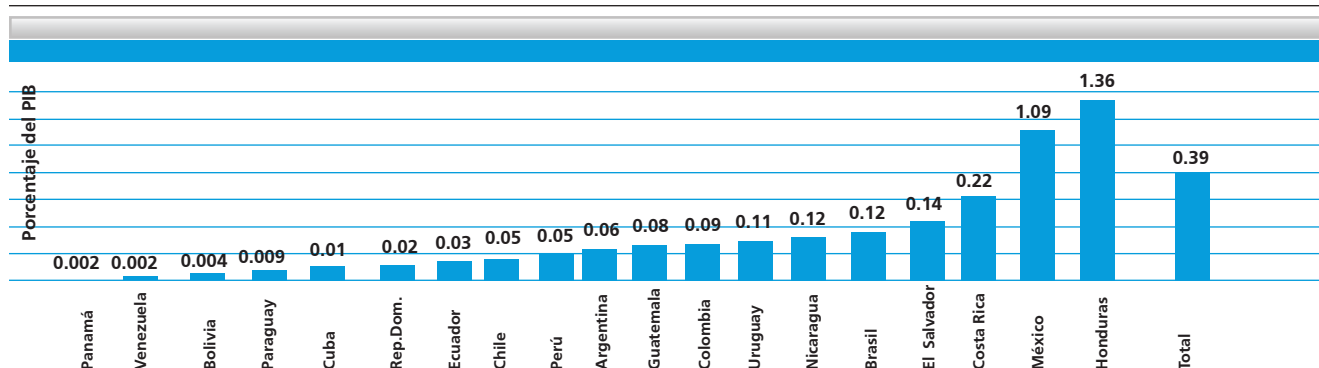
a/ Las cifras están expresadas en valores FOB (Free On Board). El precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete.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

b/ En Panamá, República Dominicana y la República Bolivariana de Venezuela no se pudo homologar la clasificación de los restantes países, basada en la clasificación CUCI rev. 4, ya que la clasificación disponible no es completamente compatible.

Por otro lado, un porcentaje muy importante de las exportaciones de bienes culturales, al igual que en el caso de las importaciones, se concentra en productos ligados a los medios audiovisuales e interactivos (86.2%), seguidos de productos impresos (9.3%). Sin embargo, y a diferencia de lo que sucedía con las importaciones, la tendencia no es general: el Estado Plurinacional de Bolivia, Chile, Colombia, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Paraguay, Perú y Uruguay concentran buena parte de sus exportaciones en los materiales impresos. Las exportaciones culturales de la región aumentaron en un 1.7% anual entre 2007 y 2010 (las exportaciones totales lo hicieron en un 5.3% anual), crecimiento que se concentró particularmente en medios audiovisuales e interactivos (4% anual), lo que indica una pérdida de terreno de los bienes culturales dentro del comercio exterior de salida de la región.

Gráfico 9.5

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA CULTURA EN RELACIÓN CON EL PIB, PROMEDIO 2008-2009 (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Base de Datos Estadísticos de Comercio Exterior (BADECEL).

Respecto de la significación de las exportaciones dentro del producto interior bruto, si bien a nivel regional el aporte al mismo fue de 0.39% en 2008-2009, la relevancia de este aporte en los distintos países es bastante variable: mientras en México y Honduras las exportaciones culturales fueron de casi un 1.1% y de 1.36% del PIB de dichos años, respectivamente, en la mayoría de los países no supera el 0.1% del PIB (véase el gráfico 9.5).

En este sentido, y de acuerdo con el nivel de recursos destinados a remuneraciones, importaciones y exportaciones, un importante porcentaje de la producción en materia de cultura estaría destinado principalmente al consumo local, no siendo este rubro un área significativa de la economía exterior de los países iberoamericanos.

El gasto público en cultura

Sin lugar a dudas, el rol del Estado en la promoción de la preservación y difusión del patrimonio cultural ha sido y es fundamental en cada una de las sociedades de la región. En muchas áreas, la producción y difusión de la cultura no es una actividad en principio rentable y, por tanto, atractiva, para la inversión privada, por lo que es un campo natural de presencia del Estado. La participación activa del Estado en la promoción de la actividad cultural también facilita el desarrollo de actividades privadas y genera un contexto que favorece el desarrollo no solo de la industria cultural, sino también de la producción artística y artesanal en pequeña escala.

El gasto que efectúa el Estado en esta materia está prácticamente en su totalidad orientado a la producción de bienes y, principalmente, servicios en el área cultural. Desde este punto de vista, salvo erogaciones destinadas a diversos tipos de transacciones financieras, el gasto público en cultura forma parte del proceso de creación de valor en las economías, además de dinamizar la actividad privada al respecto.

En la región, alrededor del año 2010, el gasto público en cultura fue de poco más de 15,000 millones de dólares. Desde el punto de vista presupuestario, estos recursos representaron alrededor del 1% del gasto público total del conjunto de los países de la región. Sin embargo, la prioridad fiscal otorgada al gasto en cultura es bastante heterogénea, variando desde el 0.06% del presupuesto a más del 2% del mismo.

La variedad de esfuerzos públicos para efectuar gastos en cultura, así como los diversos tamaños de las economías nacionales, dan cuenta de un nivel de movilización de recursos por habitante muy heterogéneo: mientras a nivel regional se destinan alrededor de 25 dólares anuales por persona, varios países cuentan con recursos relativamente exigüos si se los confronta con sus tamaños poblacionales. De esta manera, los países andinos gastan en promedio (simple) 4.5 dólares por habitante y los países centroamericanos alrededor de 3.8. Por otro lado, países como Cuba, Portugal, la República Bolivariana de Venezuela y, especialmente España, destinan cifras comparativamente cuantiosas al respecto (véase el cuadro 9.7).

Los recursos públicos destinados a cultura impactan de manera bastante variable en las economías de los países. Si bien a nivel regional el impacto del este tipo de gastos públicos es de alrededor de 0.31% del producto interior bruto regional, en países como Cuba, España, Portugal o la República Bolivariana de Venezuela superan el 0.3% del PIB y en otros el aporte al mismo es mínimo (véase el gráfico 9.6). El gasto público en cultura es bastante bajo si se lo compara con el de diversos países desarrollados, con excepciones en uno y otro lado: el gasto público en cultura (y recreación) como porcentaje del PIB alcanzaba, alrededor de 2005, el 1.2% del PIB en el conjunto de países de la OCDE, en Francia el 1.5%, en Islandia el 3.4%, en Dinamarca el 1.6%, en Finlandia el 1.2%; en contraste, en Estados Unidos solo alcanzaba el 0.3% del PIB, y en Japón el 0.2% del mismo (OCDE, 2008).

Cuadro 9.7
IBEROAMÉRICA (21 PAÍSES): GASTO PÚBLICO EN CULTURA (en dólares de 2005 y porcentajes)

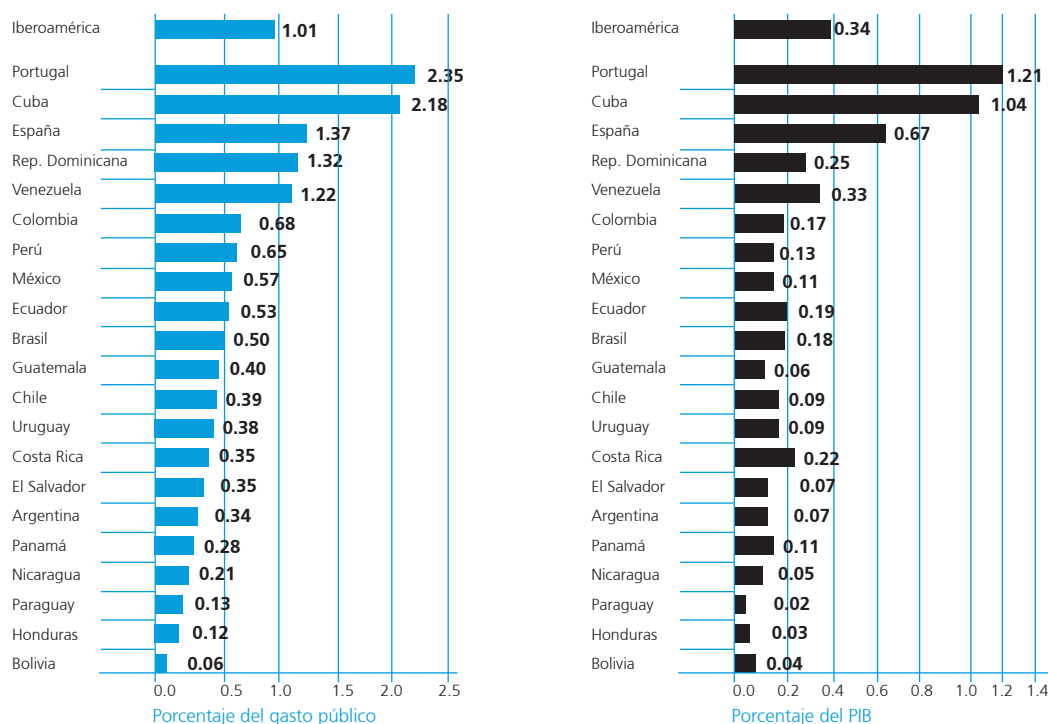
País	Año	Cobertura a/	Gasto público en cultura		
			En millones de dólares	Per cápita	Respecto del gasto público total
			A precios de 2005		Porcentajes
Argentina	2010	Administración Nacional	180.5	4.5	0.34
Bolivia, Est. Plur. de	2010	Gobierno General	4.5	0.4	0.06
Brasil	2009	Consolidado Nación	1,866.0	9.7	0.50
Chile	2010	Gobierno Central	120.6	7.0	0.39
Colombia	2010	Gobierno General	313.3	6.8	0.68
Costa Rica	2010	Sector Público Total	54.9	11.8	0.35
Cuba	2010	Gobierno Central	575.7	51.1	2.18
Ecuador	2010	Gobierno Nacional	84.4	5.8	0.53
El Salvador	2010	Gobierno Central	12.2	2.0	0.35
España	2009	Gobierno General	7,918.5	172.5	1.37
Guatemala	2010	Gobierno Central	19.6	1.4	0.40
Honduras	2010	Gobierno Central	3.2	0.4	0.12
México	2010	Gobierno Federal	1,001.7	8.8	0.57
Nicaragua	2010	Gobierno Central	2.8	0.5	0.21
Panamá	2010	Sector público no financiero	24.8	7.1	0.28
Paraguay	2010	Gobierno Central	2.4	0.4	0.13
Perú	2010	Gobierno General	144.2	5.0	0.65
Portugal	2010	Gobierno General	2,370.4	222.7	2.35
Rep. Dominicana	2010	Gobierno Central	119.6	12.0	1.32
Uruguay	2010	Gobierno Central	21.9	6.5	0.38
Venezuela, Rep. Bol. de	2009	Gobierno Central Presupuestario	577.1	20.3	1.22
Iberoamérica			15,418.3	24.8	1.01

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países.

a/ En Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Portugal, República Dominicana y la República Bolivariana de Venezuela el gasto público en cultura se obtuvo a partir de la clasificación funcional del gasto público total (según finalidad o destino del gasto).

Cabe notar que la información recopilada⁸ implica una subestimación que puede llegar a ser relativamente significativa acerca del volumen de recursos públicos destinados a cultura. Por una parte, buena parte de las cifras presupuestarias que permiten aislar el gasto en cultura provienen de las clasificaciones de carácter administrativo, cuyo énfasis es el origen institucional de los gastos. Esto deviene en el registro de gastos provenientes claramente de instituciones cuyo rol primario está asociado a la cultura (ministerios e institutos de la cultura, administraciones de museos y parques); si bien esta forma de reportar el gasto público podría sobreestimar en alguna medida dichos valores por el hecho de que no habla del uso exacto de los recursos, la subestimación es mucho más significativa puesto que no registra el gasto efectivamente destinado a cultura pero ejecutado por instituciones cuyas funciones primarias involucran otro tipo de actividades (por ejemplo, los ramos de educación, deportes y recreación, asuntos religiosos, entre otros). Ilustración de ello es la información de gasto público en cultura de Ecuador ligada a la ejecución presupuestaria del ministerio de cultura, de alrededor de 22 millones de dólares en 2010. Este monto es equivalente a poco más de 26% del gasto en cultura reportado a partir de la clasificación funcional del gasto público para dicho año (levemente superior a 84 millones de dólares), que pone el acento en la finalidad de los gastos públicos.

Gráfico 9.6
IBEROAMÉRICA (21 PAÍSES): GASTO PÚBLICO EN CULTURA EN RELACIÓN CON EL GASTO PÚBLICO TOTAL Y CON EL PIB (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países.

Por otra parte, las mayores subestimaciones del nivel de gasto en cultura provienen de la cobertura institucional a la que corresponde su reporte (en términos genéricos son el Gobierno Central, el Gobierno General, el sector público no financiero). Como se aprecia en el cuadro 10.6, la información de la mayoría de los países corresponde al Gobierno Central o coberturas institucionales afines. En general, hay mayores dificultades para registrar el nivel de gasto ejecutado de forma descentralizada, salvo aquel ya registrado por la vía de las transferencias a los gobiernos locales,

⁸ Esta información es de carácter oficial, referida a las ejecuciones presupuestarias de los países. Dicha información normalmente la suministran o publican los Ministerios o Secretarías de Economía, Finanzas o Hacienda, los Bancos Centrales de los países, las Contralorías o Contadurías Generales de la República, las Oficinas Nacionales de Estadística o, de forma menos habitual, los ministerios o secretarías de los cuales depende la ejecución del gasto en cultura (Ministerios de Cultura, de Cultura y Deportes, de Cultura y Juventud, de Educación y Cultura, entre otros). La presente investigación incluyó la recopilación de dicha información oficial, y una consulta de verificación y corrección a los organismos oficiales de cada país, gestionada por la OEI. Los países que refrendaron o actualizaron y corrigieron dicha información son Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Honduras, México, Paraguay, Perú y Uruguay.

y su significación puede llegar a ser importante, aún más en los países federales. Algunos países permiten ilustrar lo anterior: en Argentina, el 35% del gasto en cultura efectuado en 2009 correspondió a la administración nacional, y el restante 65% lo ejecutaron los gobiernos provinciales y locales; del total de gasto en cultura efectuado por Brasil en 2010, solo el 19.1% (unos 360 millones de dólares) fueron ejecutados por el gobierno federal (União); en España se destinaron en 2009 poco menos de 8,000 millones de dólares (a precios de 2005), de los cuales solo el 16.1% se ejecutó desde el gobierno central, en tanto que las administraciones autónomas ejecutaron un 29% y los gobiernos locales prácticamente el 55% (unos 4,300 millones de dólares). También se contó con información de distintos niveles de gobierno para Portugal que, a diferencia de los casos anteriores, no tiene una estructura federal o similar: en 2010, solo el 29.4% del gasto en recreación, cultura y religión correspondió a erogaciones del gobierno central (algo más de 700 millones de dólares), de las cuales aproximadamente un 28% correspondieron adicionalmente a transferencias a los gobiernos locales (y otras entidades descentralizadas).

La evidencia anterior ilustra la significación que tiene el gasto descentralizado especialmente entre los gobiernos de tipo federal; en los gobiernos centralizados, el nivel de ejecución de recursos públicos provenientes de gobiernos locales depende del grado de autonomía en sus ingresos, que en algunos países es poco significativo. Los ejemplos buscan principalmente ilustrar que la subestimación de los gastos públicos en cultura debe ser tenida en consideración cuando el análisis de ejecución presupuestaria se basa principalmente en lo informado por las administraciones centrales de los países.⁹

De los pocos países para los cuales se cuenta con antecedentes sobre evolución de los presupuestos públicos en cultura, la tendencia predominante ha sido el fuerte aumento de los mismos: en Argentina, Chile, Cuba y Uruguay el crecimiento anual del gasto público destinado a dicho sector se ha situado en torno al 10%. En estos países, si se toma como punto de referencia el año 2000, el gasto se habría duplicado e incluso triplicado en el decenio recién pasado. Asimismo, en Ecuador el presupuesto ejecutado por el ministerio de cultura habría crecido en casi 26% anual desde el año 2007 al año 2012. En el ámbito lusofónico, Brasil ha incrementado su gasto en cultura (todas las esferas de gobierno) un 5.2% anual desde 2002, en tanto que Portugal solo lo había hecho un 0.7% anual entre 2000 y 2010. Finalmente, en el Estado Plurinacional de Bolivia y en la República Dominicana la información disponible muestra una caída del gasto público en cultura, de casi -46% entre 2007 y 2010, y -35% entre 2003 y 2010, respectivamente.

Además de las diversas iniciativas destinadas a crear y fortalecer diversos programas regionales que promocionan la cultura (véase el recuadro 9.2), la OEI promueve la meta de aumentar el presupuesto público en cultura al 1% del presupuesto público total de cada país. Aunque este tema se retoma más adelante, cabe destacar que, dados los actuales niveles de gasto público en cultura y su aporte directo a la generación del producto interior bruto, el cumplimiento de dicha meta no solo implicaría un impacto cualitativo relevante en el ámbito de la cultura, sino también generaría efectos económicos considerables indirectos ya que estimularía el dinamismo de la participación privada por la vía de la provisión de servicios auxiliares para la producción pública de bienes y servicios culturales. “El Estado no crea cultura, pero es indispensable para generar las condiciones contextuales, las políticas de estímulo y regulación, con las que se puede producir bienes culturales y acceder a ellos con menores discriminaciones” (García Canclini 2001a, p. 46). Sin embargo, dada la magnitud de las acciones necesarias para fortalecer la producción cultural, se requieren programas en los que no solo participe el Estado, sino todos los actores nacionales vinculados al tema (actores públicos y privados) además de los organismos internacionales.

⁹ La subestimación podría ser especialmente importante en México y la República Bolivariana de Venezuela, ambos organizados con una estructura federativa, cuya información corresponde solo al Gobierno Central.

Recuadro 9.2. Iniciativas destacadas de cooperación cultural en el espacio iberoamericano

Las iniciativas en materia de cooperación cultural tienen larga data en Iberoamérica. Organismos como el Convenio Andrés Bello (CAB), la OEA, SEGIB y OEI han participado de manera activa en este ámbito, efectuando reuniones, seminarios, capacitaciones, investigaciones y creando programas de cooperación para fomentar y fortalecer la cultura en los países de la región. El Convenio Andrés Bello,¹⁰ del cual son miembros 12 países iberoamericanos, ha orientado su trabajo a la búsqueda de consensos en cultura, educación, ciencia y tecnología con el fin de aportar a los procesos de integración de los países de la región. Este trabajo le ha permitido publicar cientos de investigaciones que han contribuido a un mayor conocimiento de la cultura en Iberoamérica.

La OEA, por su parte, en el marco de las Cumbres de las Américas, ha aprobado diversos programas de cooperación cultural. Cabe mencionar que el seguimiento de los mandatos de las cumbres y los acuerdos tomados en las reuniones interamericanas de ministros de Cultura es realizado hoy por la Comisión Interamericana de Cultura (CIC). La OEA a través de su departamento de educación y cultura, concentra actualmente su trabajo en cultura en las siguientes áreas: Preservación y protección del patrimonio cultural (para la cual cuenta con el apoyo de algunas organizaciones internacionales como el Instituto Latinoamericano de Museos, la Organización de Ciudades de Patrimonio Mundial, y la Unesco), Sistema de Información Cultural (en el cual los países aportan sus datos en cultura) y Cultura diversidad e identidad (cuya actividad principal es promover la comprensión y valoración de la diversidad cultural, y realzar la identidad y dignidad de los pueblos de las Américas).

A nivel iberoamericano, cabe destacar el rol de la OEI. En virtud de su mandato como organismo internacional de carácter gubernamental para la cooperación entre los países iberoamericanos en los campos de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura, este organismo ha venido desarrollando un importante trabajo en materia de cooperación cultural, que se ha intensificado en los últimos años a partir del rol que ha asumido en la organización 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 de ellos incorporados posteriormente a las declaraciones de las cumbres y 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 de la Secretaría General de Cooperación Iberoamericana (SEGIB). Además de la organización de las Conferencias Iberoamericanas de Cultura y el seguimiento 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.

Ahora bien, en el marco 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), cabe profundizar en algunos de sus programas más importantes, como Ibermedia en 1996, Iberarchivos en 1999, Iberescena en 2006 y tras la aprobación de la Carta Cultural Iberoamericana, los programas Ibermuseos en 2007 e Iberbibliotecas en 2011, todos vigentes en la actualidad.

¹⁰ El Convenio Andrés Bello es un organismo internacional de carácter gubernamental, creado en la reunión del Consejo Interamericano de Educación, Ciencia y Cultura (CIECC) de 1970 en Bogotá.

Ibermedia

Este programa pretende promover en sus Estados miembros, y por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio audiovisual iberoamericano. Cuenta con tres sectores: Desarrollo, Coproducción y Formación. El primero busca promover el desarrollo de proyectos de producción dirigidos al mercado y, en particular, al mercado iberoamericano. El segundo busca promover mediante la aportación de asistencia técnica y financiera, el desarrollo de proyectos de coproducción presentados por productores independientes iberoamericanos. Finalmente, el tercero busca favorecer la formación continua de los profesionales de la gestión empresarial audiovisual, la utilización y desarrollo de nuevas tecnologías por parte de estos profesionales y la cooperación y el intercambio de conocimientos en este sector profesional. De acuerdo con el Informe de Cooperación Sur-Sur en Iberoamérica 2011, entre 2006 y 2010, este programa concedió 1,291 ayudas a proyectos audiovisuales por una inversión de más de 50 millones de euros. Se apoyaron películas que obtuvieron el Óscar a mejor película extranjera, así como premios en los festivales como Sundance, Cannes y Róterdam. El informe anual de Ibermedia 2009, señaló para ese año un total de 184 proyectos aprobados, los cuales contaron con una ayuda directa de 7,788,667 USD. Entre los proyectos aprobados, destacó el programa Ibermedia TV (Nuestro Cine / Nosso Cinema), orientado a la difusión de películas iberoamericanas en las televisiones públicas de cada uno de los países miembros (Ibermedia, 2009).

Iberarchivos (Programa ADAI)

Este programa de cooperación orientado al desarrollo de archivos en la región concede becas para formación y asistencia técnica, desarrolla planes de preservación, conservación y restauración de archivos y facilita el acceso y difusión en materia de archivos. También busca fortalecer lazos con España en la difusión de la red de contenidos de patrimonio histórico iberoamericano en lengua española, promueve la protección y difusión de patrimonio documental y colabora en el mejor conocimiento de la historia común de Iberoamérica, a través del rescate de fondos desconocidos o no accesibles a los investigadores. 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 2.2 millones de euros, en áreas relacionadas con derechos humanos, mujer, indígenas y afrodescendientes, entre otros. El informe anual de Iberarchivos 2010 señaló que para ese año, el programa actuó en 14 países de la región, desarrolló 99 proyectos en 37 ciudades, apoyando a 79 entidades, con una inversión total de 535,028 euros (ADAI, 2010).

Iberescena

Este programa de cooperación técnica y financiera, se encuentra orientado al desarrollo escénico de la región, en lo relativo a la circulación, coproducción, apoyo a redes de festivales y de teatro, información, formación, promoción y fomento de la autoría escénica iberoamericana. Entre sus objetivos específicos, destaca el apoyo a la formación de nuevos públicos para los espectáculos iberoamericanos, con especial énfasis en los jóvenes y en los grupos en situación vulnerable, así como el apoyo a las creaciones escénicas de los pueblos indígenas y afrodescendientes. Según el Informe de Cooperación Sur-Sur en Iberoamérica 2011, entre 2006 y 2010, este programa concedió 723 ayudas por una inversión equivalente a 3.1 millones de euros. De acuerdo con el informe anual de Iberescena 2010, ese año se realizaron un total de 126 proyectos con un compendio total de 1,105,700 euros, además de 34 ayudas en la convocatoria de apoyo a redes, festivales y espacios escénicos para la programación de espectáculos. De los proyectos realizados, 21 correspondieron a coproducciones y 65 a ayudas en la escritura dramática y coreográfica. En cuanto a la formación en gestión y producción fueron seis las ayudas otorgadas (Iberescena, 2010).

Ibermuseos

Este programa se encarga de la conservación y restauración de los museos iberoamericanos, con el fin de mantener el legado cultural. Esta iniciativa tiene como objetivos: la protección y gestión patrimonial, el intercambio de prácticas, experiencias y conocimientos producidos, el fomento de la circulación de acervos y exposiciones en los países participantes del programa y el estímulo del derecho a la memoria de las distintas etnias y géneros, de grupos y movimientos sociales, apoyando acciones de apropiación social de patrimonio y de valoración de los distintos tipos de museos. De acuerdo con el Informe Ibermuseos 2010, ese año hubo una aportación al programa de 1,312,050 USD y se realizó un gasto total de 516,638 USD. Con este dinero se brindó ayuda al portal Ibermuseos, al programa de apoyo al patrimonio museológico en situación de riesgo, al Fondo Ibermuseos y a diversos proyectos multilaterales (Fortalecimiento de políticas públicas para el sector de museos de Centro América, “Acesso digital ampliado ao patrimônio museológico dos países de língua portuguesa”, Encuentro / Taller de Buenas Prácticas en Proyectos Expositivos, “Estudio de la institucionalidad política del área de museos en Iberoamérica, Convenio con el Programa Televisión Educativa Iberoamericana (TEIb) y “Proyecto de fortalecimiento para la conservación del patrimonio cultural subacuático en el cono sur americano”) (Ibermuseos, 2010).

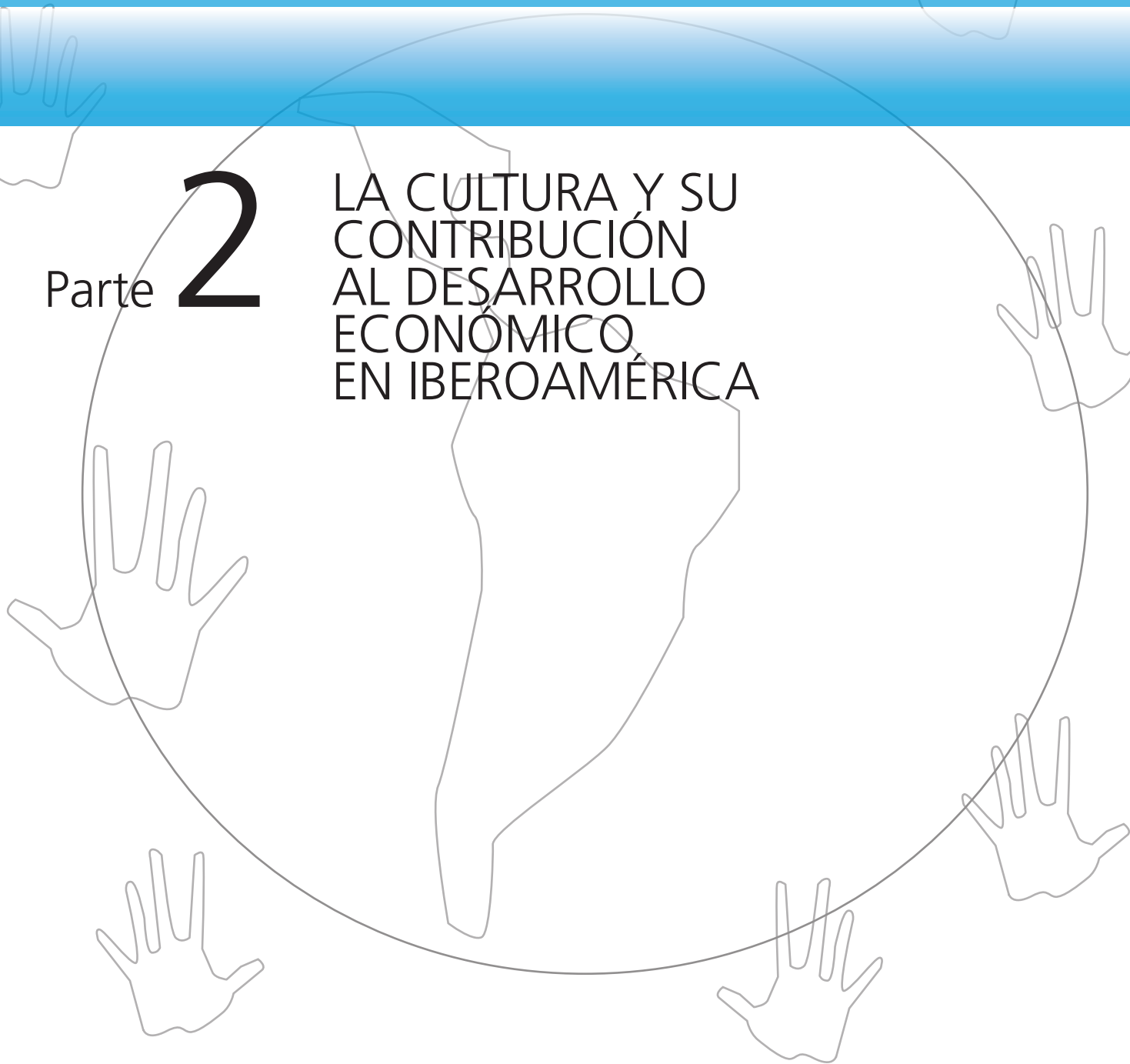
Iberbibliotecas

Este programa se levanta como el sucesor del Programa Iberoamericano de Cooperación en materia de Bibliotecas Públicas (PICBIC), aprobado en el año 2000. Al igual que el anterior, Iberbibliotecas tiene entre sus tareas: promover la creación, consolidación, modernización y desarrollo de las bibliotecas públicas en Iberoamérica, 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. Este programa cuenta con el apoyo del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), la Unesco y la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA). Entre los destinatarios de este programa destaca la población infantil y juvenil, femenina, población de zonas rurales y con difícil acceso, comunidades indígenas y población con discapacidad (este grupo cuenta con el apoyo de la Fundación ONCE para la solidaridad con personas ciegas de América Latina –FOAL–). De acuerdo con la información más reciente disponible, las fuentes de financiamiento para el PICBIC en el año 2010 fueron el CERLALC con 90,230 USD, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) con 29,565 USD y la FOAL con 34,953 USD, dando en total un presupuesto de 154,748 USD para ese año.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2**

LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA



Capítulo 10

PARTICIPACIÓN Y CONSUMO CULTURAL

Las estadísticas de participación ayudan a medir el uso (demanda) de los bienes y servicios culturales disponibles. Esta información generalmente proviene de encuestas aplicadas a la población que se centran en tres aspectos: niveles de participación, características socioeconómicas y motivos para participar. Un análisis de la participación en cultura no estaría completo para fines de esta investigación si no se presentara junto a la oferta de bienes y servicios culturales. Por ello, en la medida de lo posible, esta sección intenta aproximarse tanto a la oferta como a la demanda de bienes y servicios culturales disponibles en la región. De ahí que no solo se consideren las encuestas de consumo cultural de los países, sino también sus estadísticas en cultura y otras fuentes de carácter nacional, como las encuestas de hogares, regionales como ILAM, CERLALC/GIE e internacionales como Unesco-UIS, entre otras.

Esta tarea no es fácil en el espacio iberoamericano, donde se observan importantes diferencias en torno al desarrollo de estadísticas culturales. Cabe señalar que, como en la mayoría de los casos, un deficiente desarrollo de estadísticas culturales coincide con un deficiente desarrollo del sector cultural, en especial de las industrias culturales. Iberoamérica es una región sumamente heterogénea en términos de desarrollo económico, social y cultural, lo que impacta en el tamaño de sus mercados y en la oferta de consumo cultural disponible. Pero además, estas diferencias llevadas al interior de los países marcan tendencias en cuanto al acceso y demanda de bienes y servicios culturales. Variables como el nivel educativo y socioeconómico marcan pautas en los hábitos culturales que exhiben los hogares y sus miembros.

Di Maggio y Useem (1978) mostraron que los patrones de consumo cultural no obedecen a diferencias arbitrarias en las preferencias de los individuos sino que se relacionan con aspectos de la estructura de clases que inciden en la reproducción intergeneracional de los intereses culturales que afectan y moldean las preferencias estéticas (Palma y Aguado, 2010). Si bien no es objeto de esta investigación analizar el consumo cultural a partir de las diferencias socioeconómicas de los países y sus poblaciones, es un aspecto por considerar el momento de leer los datos, comparar países y extraer conclusiones.

Ahora bien, cabe comenzar señalando que la mayor parte del consumo cultural se produce en el denominado “tiempo libre”. En general, los seres humanos dedican la mayor parte de su tiempo a actividades como trabajar, estudiar, atender a la familia, comer, dormir, entre otras; el tiempo restante se considera como tiempo de ocio o tiempo libre. Al ser limitado para la mayoría de los individuos, su utilización es un buen indicador de sus preferencias y de su consumo cultural (CERLALC/GIE, 2008).

Datos sobre uso de tiempo libre en 5 países de la región (Argentina, Brasil, México, Portugal y Uruguay) disponibles en el estudio de CERLALC/GIE (2008) indican que las actividades culturales tienen un gran peso en el tiempo libre, superando a otras actividades como practicar deporte, ir a fiestas o salir con amigos, ir de paseo o descansar. Ver televisión es la actividad que más se practica en tiempo libre (63.7%), seguida por escuchar música (43%). La lectura ocupa el tercer lugar si se tienen en cuenta libros (20.8%), periódicos (27.5%) y revistas (4.4%). Más atrás se ubica la navegación por Internet (13.1%) y el cine (10.4%). En lo que sigue, se realizará el análisis de la oferta y demanda de bienes y servicios culturales disponibles en la región, en las siguientes áreas: patrimonio, presentaciones artísticas y exposiciones, libros, prensa, audiovisual y TIC.

Patrimonio

Iberoamérica exhibe una amplia y diversa oferta en materia de patrimonio cultural y natural. De acuerdo con el Directorio Digital de la Fundación ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos) en América Latina existen 6,857 museos y parques. Los primeros incluyen museos de ciencias naturales, de comunidad, generalizados, de arte, de antropología, de ciencia y tecnología y de historia. En el marco de la segunda categoría, cabe destacar la presencia de 53 jardines botánicos, 633 parques naturales, 159 zoológicos, 24 acuarios y 316 sitios arqueológicos/históricos.

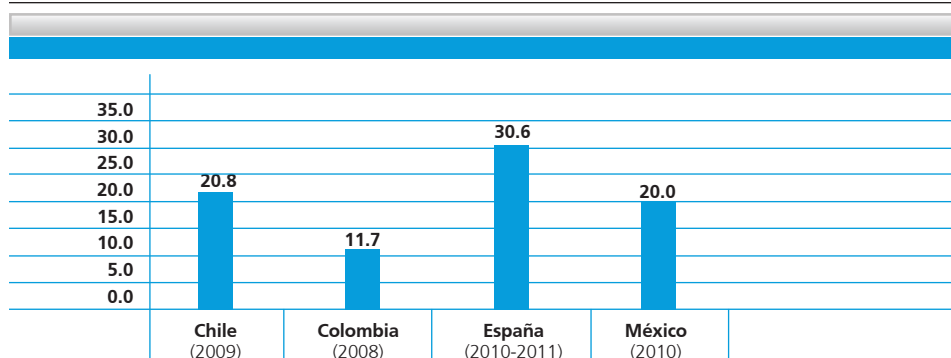
Cuadro 10.1
IBEROAMÉRICA (19 PAÍSES): MUSEOS Y PARQUES

Países	Museos y parques	Nº de habitantes	Nº de habitantes por museo/parque
Argentina	1.109	40.412.376	36.440
Bolivia, Est. Plur. de	111	9.929.849	89.458
Brasil	2.007	194.946.470	97.133
Chile	195	17.113.688	87.763
Colombia	436	46.294.841	106.181
Costa Rica	104	4.658.887	44.797
Cuba	86	11.257.979	130.907
Ecuador	137	14.464.739	105.582
El Salvador	32	6.192.993	193.531
Guatemala	86	14.388.929	167.313
Honduras	62	7.600.524	122.589
México	1.429	113.423.047	79.372
Nicaragua	60	5.788.163	96.469
Panamá	50	3.516.820	70.336
Paraguay	84	6.454.548	76.840
Perú	222	29.076.512	130.975
Rep. Dominicana	56	9.927.320	177.274
Uruguay	207	3.356.584	16.215
Venezuela, Rep. Bol. de	384	28.834.000	75.089
Total	6.857	567.638.269	82.782

Fuente: para museos y parques, ILAM (2012) y para Número de habitantes, Banco Mundial (2010).

La presencia de estos lugares se distribuye de manera heterogénea en la región; Brasil, México y Argentina concentran la mayor parte. Al considerar el número de habitantes, la región alcanza un promedio de 82,782 habitantes por museo/parque. 12 de los 19 países latinoamericanos exhiben un número superior al promedio. Perú, Colombia y la mayor parte de los países de Centroamérica y el Caribe exhiben un promedio superior a las 100,000 personas. En la vereda contraria, sobresale Uruguay, con el menor número de habitantes por museo/parque, seguido por Argentina y Costa Rica.

Gráfico 10.1
ASISTENCIA A MUSEOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

De acuerdo con la información disponible en las encuestas de consumo cultural de los países respecto a la asistencia a museos (véase el gráfico 10.1), España alcanza la asistencia más alta con un 30.6%, seguido por Chile (20.8%) y México (20%). Colombia exhibe de este modo la asistencia más baja a museos (11.7%). Al vincular la asistencia de estos últimos 3 países con el cuadro 11.1, es posible señalar que en ellos un mayor número de museos y parques por habitante coincide con una mayor asistencia a museos.

En el marco de la asistencia a sitios históricos o patrimoniales (véase el cuadro 10.2), los países utilizan distintos criterios para medir esta variable. En ese contexto, cabe destacar la amplia asistencia a monumentos en los últimos 12 meses que exhibe España (39.5%) y el alto porcentaje de la población mexicana que ha asistido alguna vez a una zona arqueológica (44%). En Portugal, 2,942,856 personas visitaron monumentos en 2008.

Cuadro 10.2
ASISTENCIA A SITIOS HISTÓRICOS O PATRIMONIALES (en porcentajes)

País	Criterio	Indicador
Chile (2009)	Población que asiste a sitios patrimoniales en los últimos 12 meses	11.5
Colombia (2008)	Total de personas según asistencia a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos en los últimos 12 meses	18.2
España (2010-2011)	Personas que visitan monumentos en los últimos 12 meses	39.5
	Personas que visitan yacimientos arqueológicos en los últimos 12 meses	13.9
México (2010)	Alguna vez ha ido a una zona arqueológica	44.0

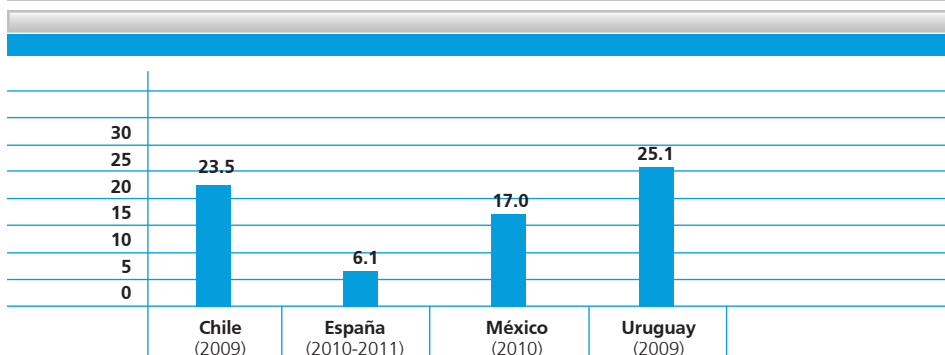
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

En materia de patrimonio natural, información disponible solo para 2 países, en Colombia se aprecia una asistencia a parques, reservas naturales y zoológicos de 19.6% en los últimos 12 meses. En España, en cambio, un 16.5% de los encuestados visitó durante el último año un zoológico o parque con animales y un 12.1% un jardín botánico.

Presentaciones artísticas y exposiciones

En el gráfico 10.2 se presenta la asistencia a espectáculos de danza en los últimos 12 meses para 4 países de la región. Uruguay y Chile exhiben los porcentajes más altos, con 25.1% y 23.5% respectivamente, seguidos por México con un 17% y España con un bajo 6.1%.

Gráfico 10.2
ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DE DANZA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)



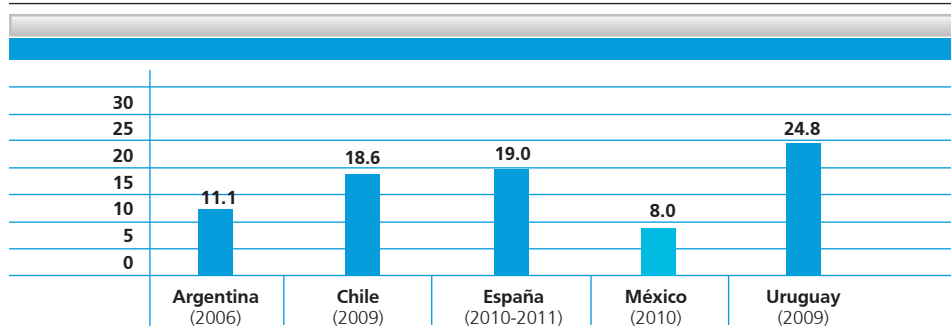
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

En Chile, durante el año 2009, de un total de 16,579 espectáculos de artes escénicas un 3.6% correspondió a *ballet*, un 5.3% a danza moderna o contemporánea y un 9.6% a danza regional y/o folclórica. La asistencia a estos espectáculos fue de 235,093 personas para *ballet*, 247,831 a espectáculos de danza contemporánea y 699,424 a danza regional y/o folclórica, dando un total de asistencia a espectáculos de danza de 1,182,348 personas (INE, 2011).

En Brasil, un 35.5% de los municipios realizó festivales o muestras de danza durante 2009 (FUNARTE, 2009). Portugal, por su parte, registró 633 espectáculos de danza durante el año 2008, de los cuales 14 fueron en la CNB (Companhia Nacional de Bailado) con un total de 42,270 espectadores (OAC, 2010). Por último, en Cuba durante el año 2010 1,462,600 personas asistieron a espectáculos de danza (ONE, 2010).

En el gráfico 10.3 se observa la asistencia al teatro en los últimos 12 meses en 5 países de la región, donde Uruguay registra los niveles más altos de asistencia (24.8%), le sigue Chile y España con cerca de un 19%, Argentina con un 11% y finalmente México con un 8%. Cabe mencionar a Colombia, quien en 2008, registró una asistencia a presentaciones de teatro, danza y ópera de 15.7%.

Gráfico 10.3
ASISTENCIA AL TEATRO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

Chile cuenta además con información sobre número de espectadores, al igual que Cuba y Portugal. En Chile, de un total de 16,579 espectáculos de artes escénicas realizados durante el 2009, un 35.6% correspondió a obras de teatro y un 15.5% a obras de teatro infantil. El número de espectadores fue de 949,886 para teatro y de 681,312 para obras de teatro infantil, dando un total de 1,631,198 espectadores. Cuba, en tanto, registró para el año 2010 una asistencia al teatro de 2,817,200 personas. Chile y Cuba exhiben de este modo una asistencia al teatro superior a la mostrada en espectáculos de danza. Finalmente en Portugal, se produjo un total de 577 actividades teatrales durante el año 2008, de estas 58 pertenecieron al Teatro Nacional D. Maria II con 60,886 espectadores y 79 al Teatro Nacional S. João con 69.819 espectadores.

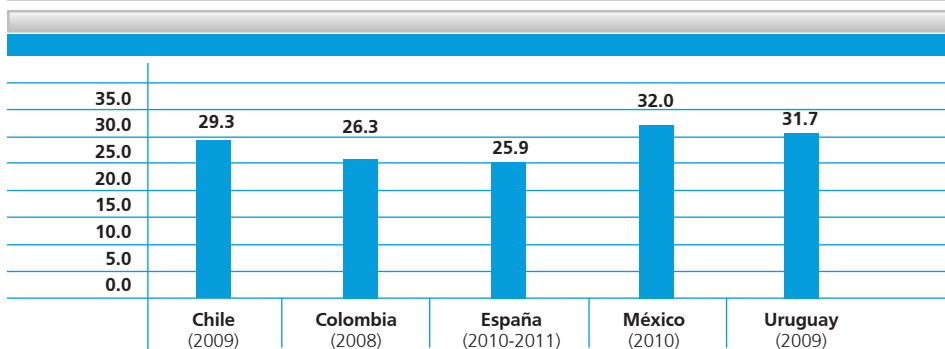
Respecto a la oferta de teatro en la región, la información es tan variada que no permite la comparación entre países. De acuerdo al SINCA, en Argentina el número de salas de teatros en 2007 llegaba a 2,641, dando un total de 6.7 salas por cada 100,000 habitantes. En México, en tanto, se registran en el año 2010, 594 teatros (173,844 habitantes por teatro), concentrándose la mayor cantidad en el D.F., con 131 teatros (66,572 habitantes por teatro). Brasil, por

otra parte, que no presenta datos de asistencia para este ítem, registra en su informe sobre cultura 2009, un total de 1,229 teatros, concentrados en gran parte en São Paulo (306 teatros).

El gráfico 10.4 muestra la asistencia a presentaciones de música en vivo o conciertos en los últimos 12 meses, al compararlo con los gráficos anteriores, se observa que la asistencia a presentaciones de música en vivo o conciertos supera ampliamente a la manifestada en teatro y danza, y a diferencia de ellas, se presenta bastante homogénea en la región, con cifras que oscilan entre el 26% y el 32%. México y Uruguay registran los niveles más altos de asistencia (alrededor del 32%), seguidos por Chile (29.3%), Colombia (26.3%) y España (25.9%).

Gráfico 10.4

ASISTENCIA A PRESENTACIONES DE MÚSICA EN VIVO O CONCIERTOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

En Chile, para el año 2009, de un total de 16,579 espectáculos de artes escénicas, un 6.8% correspondió a conciertos de música docta, un 1.2% a óperas y un 15.6% a conciertos de música popular. 387,105 personas fueron las que asistieron a conciertos de música docta, 108,475 a la ópera y 2,152,316 a conciertos de música popular, dando un total de 2,647,896 personas. En Brasil 38.7% de los municipios declaró haber realizado festivales o muestras de música en 2009. Portugal, por su parte, realizó un total de 1,140 espectáculos de música en vivo durante el 2008, en Cuba, durante el 2010, 3,697,150 personas asistieron a funciones de música.

Respecto a la asistencia a fiestas o festivales populares, datos disponibles para Argentina para el año 2006 señalan una asistencia de 37.9% y los datos para México en el año 2010 de 41%. Cifras bastante más altas a las exhibidas en asistencia a danza, teatro y presentaciones de música en vivo.

¿Es el valor de la entrada un factor que pudiera estar incidiendo en las diferencias que se observan respecto a la asistencia a distintos espectáculos artísticos? Según Palma y Aguado (2010), los estudios de la demanda de artes escénicas coinciden en que es inelástica al precio, especialmente la asistencia a teatros y conciertos de música clásica. Sin embargo, en el caso de la música popular, los conciertos y el cine, el precio puede tener un efecto importante en la asistencia, debido a la mayor posibilidad de sustitutos.

Cuadro 10.3

ASISTENCIA A EXPOSICIONES O GALERÍAS DE ARTE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)

Chile 2009	Colombia 2010	España 2010-2011		México 2010	
Asiste a exposiciones de artes visuales	Personas según asistencia a galerías de arte y salas de exposiciones	Personas que visitan exposiciones	Personas que visitan galerías de arte	Ha ido a una exposición de artes plásticas	Ha ido a una exposición de artes visuales
22.2	8.6	25.7	13.6	5.0	5.0

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

En el marco de la asistencia a exposiciones o galerías de arte, los países utilizan distintas preguntas para medir esta variable, como se aprecia en el cuadro 10.3. España exhibe la asistencia más alta a exposiciones con un 25.7%, seguido por Chile con un 22.2% y México con un 5% (para exposiciones de artes visuales y artes plásticas), cifra que se eleva al preguntarle a las personas si han asistido a estas exposiciones alguna vez en la vida (13%). En Colombia el porcentaje de asistencia a galerías de arte y salas de exposiciones llega a un 8%. España, en tanto, registra una asistencia a galerías de arte menor a la observada en exposiciones, llegando a un 13.6%. En Brasil, un 27.7% de los municipios realizó exposiciones de artes plásticas y un 10.5% exposiciones de artes visuales durante 2009. En Cuba, las galerías de arte registraron 1,191,100 visitantes durante el año 2010.

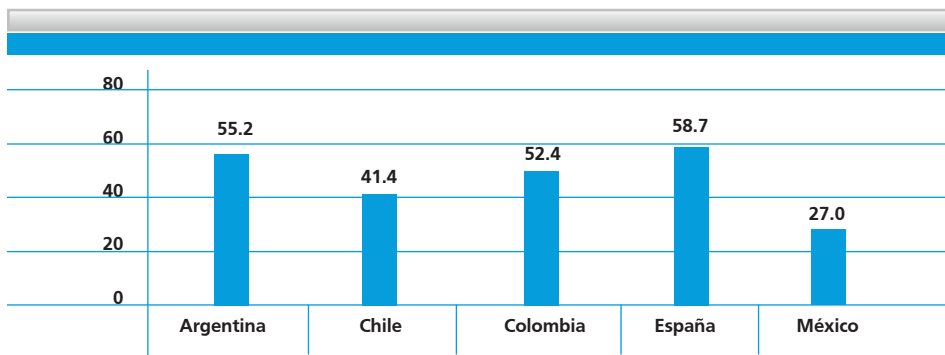
Respecto a la asistencia a ferias y exposiciones artesanales, un 30% de los encuestados en Chile asistió a una feria artesanal en 2009; en Colombia, en tanto, un 31% de los encuestados afirmó haber asistido a exposiciones y ferias artesanales en 2008. Cabe destacar, por último, el caso de Brasil, donde un 55.6% de los municipios afirmó haber realizado ferias de arte y/o artesanía en 2009.

Libros

El sistema y la cadena del libro tiene en los lectores a su principales destinatarios y ellos constituyen la justificación de todo el proceso de la actividad editorial. América Latina y España han experimentado cambios sustanciales en las dos últimas décadas con respecto al surgimiento de lectores y a la generación de compradores de libros. Actualmente es visible que más personas leen y que el libro es percibido no solo como un bien de consumo necesario, sino deseable (CERLALC/GIE, 2008).

De acuerdo con la información disponible en el gráfico 10.5 (para 5 países), cerca de la mitad de la población encuestada afirmó haber leído en el último año (46.9%). El porcentaje más alto de lectura se observa en España (58.7%), seguido por Argentina (55.2%), Colombia (52.4%), Chile (41.4%) y finalmente México (27%).

Gráfico 10.5
LECTURA DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

Al analizar el tipo de población que lee libros, por país, se encuentran resultados similares en las características socioeconómicas, educativas, de género y de edad, que determinan mayores frecuencias por la lectura de libros. En buena parte de los países las personas que están en el rango de los 14 a los 25 años tienen una mayor participación en la población lectora de su país. Este fenómeno se puede explicar por el contacto cercano que tienen los jóvenes con los libros por el deber escolar o universitario. En términos generales, se encuentra que a medida que aumenta el rango de edad la participación en la población lectora va disminuyendo, aunque en los mayores de 65 años, quienes disponen de mayor tiempo para lectura, la población lectora vuelve a aumentar (CERLALC/GIE, 2008).

Cuadro 10.4
NÚMERO DE LIBROS LEÍDOS EN EL ÚLTIMO AÑO (en porcentajes)

	Argentina 2006	Chile 2009	Colombia 2008	España 2006*	México 2010	Portugal 2007
Ninguno	43.8	58.6	47.6	38.1	68.0	
De 1 a 10	37.9	28.7	48.4	43.0	29.0	84.9
Más de 10	17.2	12.8	4.0	16.0	-	11.8
Promedio de libros leídos	4.6	1.7	2.0	11.0	-	8.5

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países, excepto España y Portugal, cuyos datos fueron obtenidos de CERLALC/GIE 2008.

Nota: El hecho de que la suma de porcentajes en algunos países no alcance el 100% se debe a que existe la opción "no sabe/no responde".

*Los rangos son de 1 a 8 libros y más de 8.

Es quizás en este ámbito de la cultura donde las diferencias por nivel educativo y socioeconómico influyen de manera más directa en los hábitos de consumo de la población. Así, quienes cuentan con los niveles más altos de escolaridad presentan los niveles más altos de lectura y frecuencia de lectura.

Como es de esperarse, los países con poblaciones lectoras más grandes alcanzan un promedio de libros leídos al año mayor. España alcanza la supremacía con 11 libros, le sigue Portugal con 8.5 libros y, más atrás, Argentina con 4.6

libros, Colombia y Chile alcanzan, en tanto, los promedios más bajos con 2 y 1.7 libros, respectivamente. Llama la atención el alto porcentaje de la población que afirmó no haber leído ningún libro en el último año en México (68%) y Chile (58.6%), seguidos más atrás por Colombia (47.6%), Argentina (43.8%) y España (38.1%). En la categoría “de 1 a 10 libros” destaca Portugal, con un 84.9% y en la categoría “más de 10 libros” sobresale Argentina, quien exhibe un porcentaje levemente superior al español.

De acuerdo con los datos disponibles para 9 países de la región, el cuadro 10.5 muestra cómo un 24% de la población en México y un 22% de los habitantes de Colombia no tienen libros en el hogar, un dato bastante comprensible si se considera el alto porcentaje de su población que no tiene hábito de lectura. Le siguen más atrás Argentina (11.3%), Uruguay (9%), Brasil (8%) y Chile (0,2%). Resulta particular el caso de Chile, pues a pesar de exhibir un alto porcentaje de libros en los hogares, su población muestra bajos niveles de lectura.

En el rango de 1 a 100 libros, sobresale Perú, con un 86% y Brasil, con un 85%, los demás países oscilan entre un 70% y un 54.5%. Finalmente, en la categoría de más de 100 libros, destaca España, con un 37.3%, seguido por Argentina (24.4%), Chile (19%), Portugal (18.7%), Uruguay (16%) y finalmente Colombia (7.7%) y México (2%).

Cuadro 10.5
TENENCIA DE LIBROS EN LOS HOGARES (en porcentajes)

Países	Ninguno	De 1 a 100	Más de 100
Argentina (2006)	11.3	74.7	24.4
Brasil (2007)	8.0	85.0	
Chile (2009)	0.2	76.4	19.0
Colombia (2005)	22.1	70.0	7.7
España (2006)		54.5	37.3
México (2010)	24.0	72.0	2.0
Perú (2004)		86.0	14.1
Portugal (2007)		76.1	18.7
Uruguay (2009)	9.0	72.0	16.0

Fuente: CERLALC/GIE 2008, excepto Argentina, Chile, México y Uruguay, cuyos datos fueron actualizados de acuerdo con sus encuestas de consumo cultural más recientes.

Cabe comentar algunos datos interesantes publicados por CERLALC/GIE en *El espacio iberoamericano del libro* (2008) respecto al acceso al libro. En él se señala que de los libros que ha leído la población, un 48% en Argentina (2002), un 45% en Brasil (2007), un 45.4% en España (2006) y un 45.7% en México (2005) fue comprado, el resto fue regalado, fotocopiado, alquilado en bibliotecas, o prestado por un amigo o pariente.

¿Dónde compra la población latinoamericana los libros que lee? De acuerdo con CERLALC/GIE (2008), las librerías siguen siendo el principal canal para la comercialización de los libros. De acuerdo con el cuadro 10.6 (disponible para 10 países) el número de puntos de venta de las librerías llega a 13,234, alcanzando un promedio de 40,449 habitantes por puntos de venta. 6 de los 10 países examinados presenta un número superior al promedio, de ellos, Chile alcanza el número más alto. En la vereda contraria, España exhibe el promedio más bajo de la región, seguido por Costa Rica, Argentina y la República Bolivariana de Venezuela.

Cuadro 10.6
LIBRERÍAS

	Nº de librerías	Nº de puntos de venta de las librerías	Habitantes por puntos de venta
Argentina (2007)	1,719	1,985	20,358.9
Brasil (2007)	1,363	2,676	72,850.0
Chile (2003)	99	157	109,004.4
Colombia (2006)	355	574	80,653.0
Costa Rica (2006)	231	265	17,580.7
Ecuador (2007)	65	148	97,734.7
España (2006)		4,280	10,766.7
México (2006)	545	1,452	78,115.0
Perú (2005)		371	78,373.3
Venezuela, Rep. Bol. de (2005)		1326	21,745.1
Total	4,377	13,234	40,449.3

Fuente: CEPAL, sobre la base de CERLALC/GIE, 2008.

Respecto al acceso al libro a través de bibliotecas, cifras de CERLALC/GIE señalan que, de los libros leídos por la población, un 4% en España (2006), un 7% en Argentina (2002), un 10.2% en México (2005), un 12.5% en Colombia (2005), un 15.2% en Portugal (2007) y un 34% en Brasil (2007) fue obtenido a través del alquiler o préstamo de una biblioteca. El bajo porcentaje de acceso al libro a través de bibliotecas observado en España y Argentina coincide con el alto porcentaje de la población que en estos países afirmó asistir a bibliotecas “nunca o casi nunca” (véase el cuadro 10.7). No es casualidad que estas cifras se den justamente en España y Argentina, países que exhiben un importante número de librerías y puntos de venta de las librerías en la región.

Cuadro 10.7

ASISTENCIA A BIBLIOTECAS (en porcentajes)

	Argentina	Chile	Colombia	España	México	Perú	Portugal	Rep.Dom.	Uruguay
Asistencia anual a bibliotecas		Lectores que asisten a biblioteca en los últimos 12 meses	Asistencia a bibliotecas en los últimos 12 meses	En el último año, ¿ha ido usted a una biblioteca?	Visita a bibliotecas en los últimos 12 meses	¿Visitó alguna biblioteca en los últimos 3 meses?	De los siguientes géneros de bibliotecas, ¿acostumbra a frecuentar alguno?	Frecuencia de visita a bibliotecas	Asistencia a bibliotecas en los últimos 12 meses
Asistencia	28	39.8	24.2	30.1	23	24.1	17.4	30	19.1
Tipo de biblioteca									
Pública	-	63.2	51.4	82	51	8.6	12.6	34	7.5
Privada	-	-	-	-	-	4.3	-	-	-
Universitaria	-	26.8	24	21.7	7	4.9	3.4	26	25
Escolar	-	19.3	41.6	8.8	39	12.8	6.3	39	-
Móvil	-	-	-	1.1	-	-	0.1	-	-
Especializada	-	-	4.9	-	2	-	-	-	-
Virtual	-	-	-	9.6	-	-	-	1	-
Otras	-	2.6	-	-	1	-	0.5	-	-
Frecuencia									
Todos o casi todos los días	-	25.3	24	11	-	-	-	3	11
Una o dos veces por semana	8	16.4	21.4	30.4	-	-	-	10	-
Alguna vez al mes	9	27.6	26	38.3	-	-	-	13	12
Con menor frecuencia	11	21.4	18.3	40.7	58.6	-	-	4	-
Nunca o casi nunca	71	9.4	10.5	71.2	58.5	75.9	-	70	77

Fuente: CERLALC/GIE, 2008, excepto Chile, Colombia, España, México y Uruguay, cuyos datos fueron actualizados de acuerdo con sus encuestas de consumo cultural más recientes.

Lamentablemente, no es posible contrastar el número de librerías y puntos de venta con el número de bibliotecas en la región, pues escasea la información al respecto. Las únicas cifras encontradas provienen de la base de datos de cultura y comunicación de Unesco-UIS, disponible para un número limitado de países y actualizadas en el año 1999. De acuerdo con dicha base, países como el Estado Plurinacional de Bolivia, Colombia, México y Portugal exhiben para dicho año un punto de servicio de bibliotecas nacionales; esta cifra ascendería a 16 en Brasil y Chile, con un número de volúmenes de libros que llegaría en promedio a 1,100,282 por país. En bibliotecas públicas, en tanto, el número de puntos de servicio ascendería a 5,313 en México (con 51,369,840 usuarios registrados) y 410 en Portugal (con 4,216,523 usuarios registrados).

De acuerdo con la información proporcionada por el cuadro 10.7, la asistencia a bibliotecas alcanza en la región un promedio del 26%. Los porcentajes de asistencia más bajos se observan en Portugal (17.4%) y Uruguay (19.1%), en tanto el porcentaje más alto se observa en Chile (39.8%), seguido por España y República Dominicana (30%). Por tipo de biblioteca, las públicas siguen acaparando el mayor porcentaje de asistencia en la región, seguidas por las bibliotecas escolares y universitarias. Acerca de la frecuencia, información disponible para un número variable de países, la frecuencia más alta se observa en Chile y México, donde alrededor de un 25% de la población asiste a la biblioteca "todos o casi todos los días". Al contrario, en países como República Dominicana, Argentina, España, Perú y Uruguay entre un 70% y un 77% de la población afirma asistir a bibliotecas "nunca o casi nunca".

Prensa

El cuadro 10.8 muestra la oferta de prensa en 16 países iberoamericanos. De acuerdo con la información disponible, el número de títulos en prensa diaria, alcanza en la región una cifra de 1,199. Brasil exhibe el mayor número de títulos en prensa diaria, relegando a un segundo y tercer lugar a Argentina y España.

Cuadro 10.8
PRENSA (2004)

	Prensa diaria: Nº de títulos	Prensa diaria: Nº de títulos por millón de habitantes	Prensa diaria: Nº de títulos por millón de habitantes alfabetizados	Diarios: La circulación media en total por cada mil habitantes	Diarios: La circulación media en total por cada mil habitantes alfabetizados	Periódicos no diarios: Nº de títulos	Títulos en línea por millón de habitantes
Argentina	184	4.8	6.7	35.5	49.9	-	-
Bolivia, Est. Plur. de	19	2.1	4.0	-	-	40	-
Brasil	532	2.9	4.5	35.5	55.8	2,472	-
Chile	59	3.7	5.1	50.6	70.9	32	2.9
Colombia	23	0.5	0.8	22.7	35.3	5	0.5
Costa Rica	7	1.6	2.4	64.7	96.1	42	-
Cuba	2	0.2	0.2	64.7	80.6	42	2.2
Ecuador	-	-	-	-	-	-	0.2*
El Salvador	5	0.8	1.4	38.0	71.5	-	-
España	151	3.5	4.2	144.5	173.5	-	-
Nicaragua	6	1.1	2.4	-	-	-	0.4
Panamá	8	2.5	4.0	65.1	102.2	5	3.4*
Perú	73	2.7	4.6	-	-	-	-
Portugal	27	2.6	3.6	-	-	596	-
Rep. Dominicana	11	1.2	2.0	39.1	67.9	7	-
Venezuela, Rep. Bol. de	92	3.5	5.5	93.3	147.1	-	-
Iberoamérica	344.9	2.2	3.4	59.4	86.4	3,241	1.6

Fuente: Base de datos sobre cultura y comunicación, Unesco-UIS.
*En Ecuador y Panamá la cifra para ese indicador corresponde a 2005.

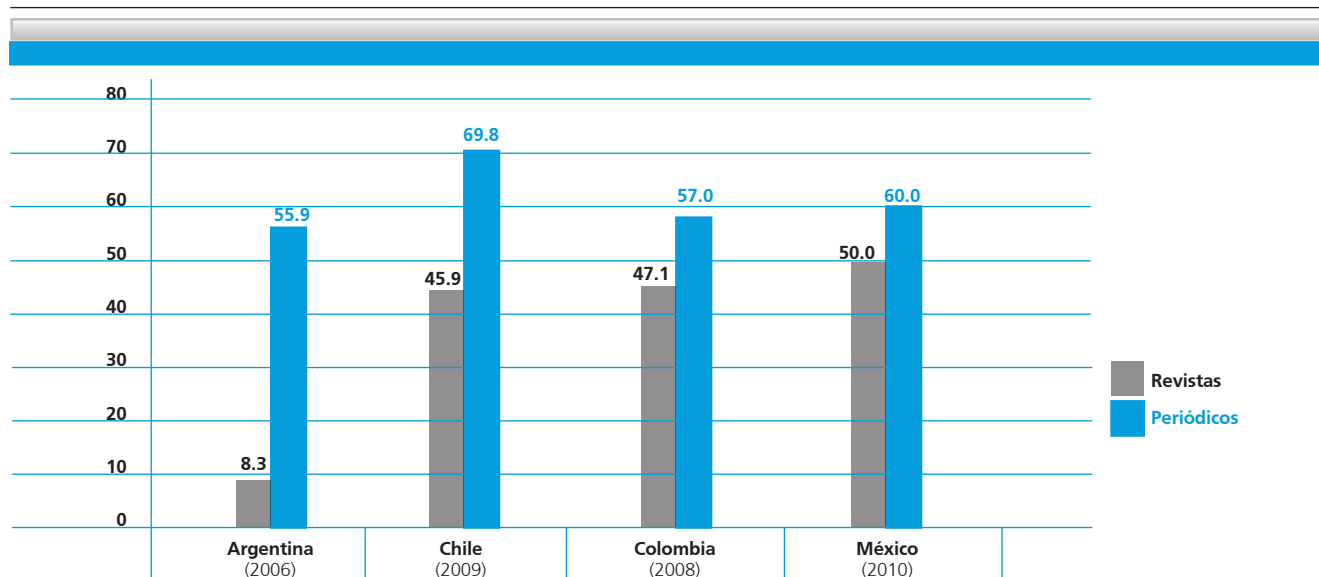
Sin embargo, al considerar el número de habitantes, la situación cambia rotundamente, quedando Argentina, Chile y la República Bolivariana de Venezuela con el mayor número de títulos por millón de habitantes y por millón de habitantes alfabetizados en la región. Cabe señalar que en promedio, el número de títulos por millón de habitantes alcanza en Iberoamérica el 2.2, en tanto el promedio por millón de habitantes alfabetizados alcanza los 3.4 títulos.

En diarios, 59.4 es el promedio regional que alcanza la circulación media por mil habitantes y 86.4 la circulación media por mil habitantes alfabetizados. Destaca en estos indicadores España, quien supera con creces los promedios regionales, seguido más atrás por la República Bolivariana de Venezuela. Panamá, en tanto, sobresale respecto a los demás países en circulación media por mil habitantes alfabetizados. En número de títulos de periódicos no diarios, nuevamente Brasil alcanza la supremacía en la región, seguido más atrás por República Dominicana. Respecto a títulos en línea por millón de habitantes, cifras disponibles para solo 6 países de la región, el promedio es de 1.6 títulos.

El gráfico 10.6 muestra el porcentaje de lectura de periódicos y revistas en 4 países de la región. En él se observa que la lectura de periódicos supera a la lectura de revistas. Por países, Argentina exhibe el porcentaje más bajo de lectura de revistas (8.3%), Chile, Colombia y México, en tanto, presentan un porcentaje similar (entre 46 y 50%). Respecto a

la lectura de periódicos, Chile exhibe el porcentaje más alto (69.8%), seguido por México (60%), Colombia (57%) y Argentina (55.9%). De esta manera, se comprueba que las diferencias entre Argentina, Chile y Colombia respecto a la oferta de prensa disponible no marcan grandes diferencias en el hábito de lectura de periódicos de su población.

Gráfico 10.6
LECTURA DE REVISTAS Y PERIÓDICOS (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

Audiovisual

La radio y la televisión, como medios de comunicación de larga trayectoria en Iberoamérica, siguen mostrando altos índices de cobertura y siguen siendo los medios de comunicación más consumidos por la población. De acuerdo con la información disponible en la base de datos sobre cultura y comunicación de Unesco-UIS, la cobertura de radio como porcentaje de la población alcanzaba para el año 2005 en la región un promedio cercano al 85%, en tanto, la cobertura de televisión alcanzaba un promedio del 95%.

Respecto a la oferta de radio y TV en la región, la información presente en el cuadro 10.9 da para el año 2005 un total de 14,624 instituciones de radio y televisión en América Latina. Brasil alcanza la supremacía, con el mayor número de instituciones de radio y televisión, canales de radio y canales de televisión, seguido por México y Perú. Cuba exhibe el menor número de instituciones de radio y televisión. Nicaragua, en tanto, muestra el número más reducido de canales de radio (junto con Paraguay) y el menor número de canales de televisión (junto a República Dominicana). Cabe señalar que el porcentaje de instituciones privadas de radio en la región alcanza un promedio del 94.7% y el porcentaje de instituciones privadas de televisión, un promedio del 93.1%.

Cuadro 10.9
INSTITUCIONES Y CANALES DE RADIO Y TV (2005)

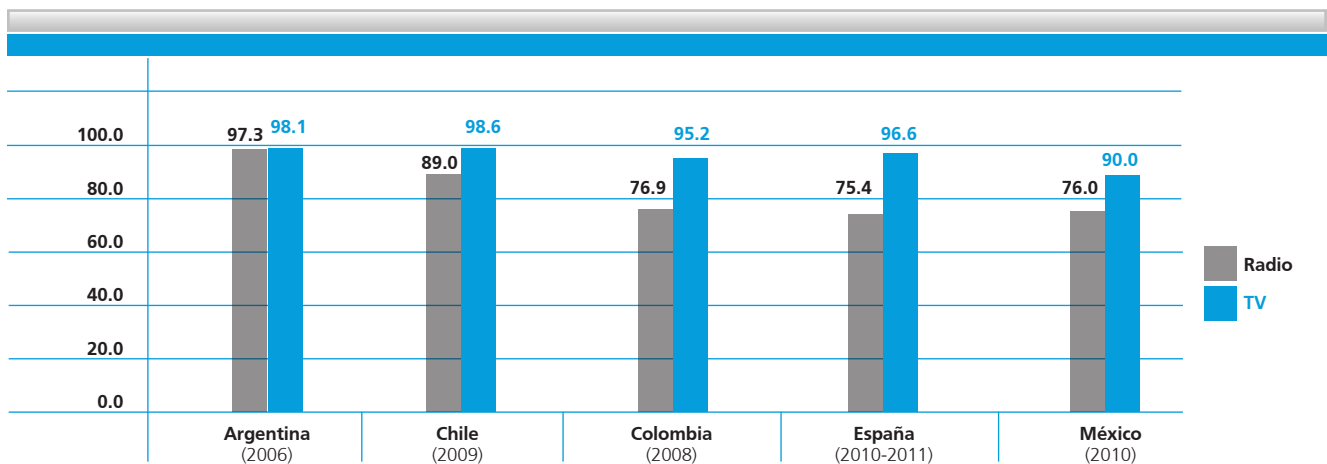
	Nº total de instituciones de radio y televisión	Nº total de canales de radio	Nº total de canales de televisión
Brasil	4,967	3,890	466
Chile	1,018	-	2
Colombia	888	181	15
Cuba	3	87	27
Ecuador	1,001	62	4
España	-	-	46
Guatemala	298	518	71
México	2,221	339	272
Nicaragua	273	3	1
Panamá	152	275	71
Paraguay	243	2	-
Perú	1,507	25	254
Portugal	342	8	8
Rep. Dominicana	375	18	1
Uruguay	597	-	-
Venezuela, Rep. Bol. de	739	-	-

Fuente: Base de datos sobre cultura y comunicación, Unesco-UIS.

De acuerdo con la información proporcionada por el gráfico 10.7, tanto la radio como la televisión son medios ampliamente consumidos en Iberoamérica, con porcentajes que superan el 75% de la población en el caso de la radio y el 90% en el caso de la televisión. Números bastante cercanos a los registrados por Unesco-UIS en cobertura.

El mayor consumo de radio se observa en Argentina (97.3%), seguido por Chile (89%), Colombia (76.9%), México (76%) y España (75.4%). Por otra parte, el mayor consumo de televisión se presenta en Chile (98.6%), seguido posteriormente por Argentina (98.1%), España (96.6%), Colombia (95.2%) y México (90%).

Gráfico 10.7
CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN EN LA ÚLTIMA SEMANA (en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

Tal como se aprecia en el cuadro 11.10, los países utilizan distintos criterios para medir el consumo de música. De los países que preguntan por el consumo de música en general, destaca Argentina con un 97.2%, seguido por Chile (92.5%) y España (79.80%). De los países que preguntan por el consumo de música grabada, sobresale México, con un 72%, seguido por Colombia, con un 51.7% (el porcentaje más bajo de consumo de música de los países catastrados). Estos últimos países cuentan además con información acerca de los medios de acceso a la música.

Cuadro 10.10
CONSUMO DE MÚSICA (en porcentajes)

Argentina (2006)	Chile (2009)	Colombia (2008)	España (2010-2011)	México (2010)
Escucha música al menos una vez por semana	Población que escucha música por opción propia en forma habitual	Total de personas que escucharon música grabada en la última semana	Escuchó música durante la última semana	Usted acostumbra a escuchar música grabada en CD, casetes, mp3
97.2	92.5	51.7	79.80	72.0

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

En Colombia el acceso a la música se produce básicamente a través de Internet gratuito (36.07%), venta ambulante (34.54%), préstamos (29.87%), obsequio (21.86%), y en menor magnitud, tiendas autorizadas (9.06%) e Internet pagado (1.17%). En México, en tanto, el 70% de las personas compró la música que escucha, de ellas el 64% la compró en la calle, el 21% en tiendas de discos y el 14% en tiendas normales, en tanto el 16% la bajó de Internet (porcentaje inferior al exhibido por Colombia). Aunque son casos particulares, permiten hacerse una idea respecto a la magnitud que podría tener en la región el acceso a música a través de Internet y venta en la calle (o venta ambulante).

Respecto al consumo de videojuegos, solo 3 países de la región tienen información al respecto. En Argentina, donde se pregunta por el uso de videojuegos en general el porcentaje de uso en la población llega al 30.5%. En Colombia y España, donde se pregunta por el uso de videojuegos en el último mes, se alcanzan porcentajes de 14.2% y 10% respectivamente. Como es de suponer, el consumo es mayor en hombres que en mujeres y en la población infantil y juvenil. A medida que aumenta la edad disminuye el consumo. A diferencia de lo observado en lectura de libros, el consumo audiovisual de radio, televisión, música y videojuegos presenta menos diferencias en la región, de hecho no se observan grandes diferencias con las cifras exhibidas por España.

» **Audiovisual: Cine**

Iberoamérica, que cuenta con países con una larga trayectoria en producción cinematográfica, ha comenzado a experimentar, desde hace algunos años, evidentes cambios en este ámbito. De acuerdo con información disponible en la base de datos sobre cultura y comunicación de Unesco-UIS, entre 2005 y 2009 se incrementó en la región el número total de compañías distribuidoras de largometrajes, debido principalmente al aumento de las compañías nacionales de largometrajes. Ejemplo de ello es Brasil, donde el número total de compañías aumentó de 25 a 52 y el número de compañías nacionales de 20 a 48. Algo distinto es lo ocurrido en Chile, donde el número total de compañías disminuyó, pasando de 23 a 13, debido en gran parte a la disminución del número de compañías extranjeras (de 19 a 5), pero aminorado por el incremento de las compañías nacionales (de 4 a 8).

Cuadro 10.11
DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS (2009)

	Nº total de compañías distribuidoras de largometrajes	Nº de compañías distribuidoras nacionales de largometrajes	Nº de compañías distribuidoras extranjeras de largometrajes
Argentina	47	-	-
Bolivia, Est. Plur. de	4	3	1
Brasil	52	48	4
Chile	13	8	5
Colombia	5	3	1
Costa Rica	2	2	-
España	210	-	-
México	19	12	6
Portugal	18	-	-
Rep. Dominicana	2	1	1

Fuente: Base de datos sobre cultura y comunicación, Unesco-UIS.

En la actualidad, el número total de compañías distribuidoras de largometrajes, para 10 países de la región, llega a 372. Sobresale España con 210, le sigue Brasil con 52 y Argentina con 47. Se aprecia en el cuadro, cómo las compañías nacionales de largometrajes superan en número a las compañías extranjeras. Destaca en este ámbito Brasil, con 48 compañías nacionales versus 4 compañías extranjeras.

En materia de infraestructura, en tanto, entre 2005 y 2009, se produjo una pequeña disminución de las salas cinematográficas, un leve incremento del número total de pantallas y un importante incremento en el número de pantallas digitales. Siguiendo la tendencia de los últimos años, en 2009 el mayor número de salas cinematográficas per cápita se observa en Cuba con 30.2, seguido por España (20.8) y Portugal (18). Estos dos últimos países exhiben a su vez el mayor número de pantallas per cápita (10 y 6 respectivamente) pero no el mayor número de pantallas digitales, ámbito en el que son superados por México y Brasil.

Cuadro 10.12
INFRAESTRUCTURA DE CINES (2009)

	Salas cinematográficas per cápita (por 1.000.000 habitantes)	Pantallas per cápita (por 1.000.000 habitantes)	Nº total de butacas	Nº de pantallas digitales
Argentina	7.8	2.3	219,856	35
Bolivia, Est. Plur. de	2.2	0.8	-	4
Brasil	3.7	1.2	-	274
Chile	3.6	2.0	66,583	-
Colombia	3.4	1.4	111,862	115
Costa Rica	-	2.8	-	19
Cuba	30.2	3.0	-	-
España	20.8	10.0	-	252
México	5.6	4.6	884,661	317
Paraguay	-	0.5	-	-
Perú	-	0.9	-	-
Portugal	18.0	6.0	110,914	181
Rep. Dominicana	2.7	1.4	26,111	-
Uruguay	-	2.3	-	-
Venezuela, Rep. Bol. de	-	1.7	-	-

Fuente: Base de datos sobre cultura y comunicación, Unesco-UIS.

Otras tendencias en la materia indican que entre 2007 y 2009 disminuyó el número total de exhibidores de largometrajes y el número de exhibidores nacionales. Argentina, por ejemplo, pasó de tener 220 a 208 exhibidores de largometrajes. A pesar de ello, sigue mostrando el número más alto de la región, junto a Portugal. Por otra parte, aumentó el número total de largometrajes exhibidos en la mayoría de los países de la región, a excepción de España y México. A pesar de ello, España sigue mostrando el mayor número de largometrajes exhibidos (1,481), seguido por Portugal (720), México (604) y Chile (221).

Respecto a la recaudación bruta de largometrajes, esta aumentó de manera considerable en los 11 países catastrados, llegando en 2009 a un total de 1,689.3 millones de dólares. El país que más recaudó por este concepto fue México, con 513 millones de dólares, seguido por España, Brasil y Argentina. Por último, respecto a la frecuencia en la asistencia, esta aumentó en todos los países de la región, menos en Argentina, Cuba y España. No obstante, España sigue mostrando la frecuencia en la asistencia per cápita más alta de la región con un 2.7, seguido por México (1.8) y Portugal (1.6).

Cuadro 10.13
EXHIBIDORES DE LARGOMETRAJES Y LARGOMETRAJES EXHIBIDOS (2009)

	Nº total de exhibidores de largometrajes	Nº total de exhibidores nacionales de largometrajes	Nº total largometrajes exhibidos	Total de la recaudación bruta de los largometrajes exhibidos (en dólares 2005)	Frecuencia en la asistencia per cápita
Argentina	208	-	-	113,485,560.60	0.9
Bolivia, Est. Plur. de	-	-	-	6,101,606.09	0.3
Brasil	32	29	586	332,914,042.56	0.6
Chile	20	16	221	56,773,851.91	0.9
Colombia	48	46	-	70,978,883.59	0.7
Costa Rica	11	11	-	-	-
Cuba	-	-	-	-	0.1
España	-	-	1,481	488,493,070.05	2.7
México	10	8	604	513,428,868.49	1.8
Perú	-	-	-	17,096,411.66	0.8
Portugal	109	-	720	55,229,637.09	1.6
Rep. Dominicana	2	1	-	-	-
Uruguay	-	-	-	324,643.75	0.8
Venezuela, Rep. Bol. de	-	-	-	34,495,205.96	1.1

Fuente: Base de datos sobre cultura y comunicación, Unesco-UIS.

Tal como se observa en el cuadro 11.14, los países preguntan por el consumo de cine considerando distintos lapsos de tiempo. En México y Argentina, se pregunta por la asistencia al cine en los últimos 3 meses, alcanzando porcentajes que llegan al 45% y 35.9% respectivamente. En Brasil se pregunta por la asistencia en los últimos 6 meses, alcanzando un 26.1%. Finalmente en Colombia, Chile y España, la pregunta apunta a los últimos 12 meses, aquí se alcanza una asistencia del 22.4%, el 34.9% y el 49.10, respectivamente. Cabe destacar el caso de México, pues alcanza una elevada asistencia en un corto periodo de tiempo (3 meses), y España, que, en asistencia al cine en los últimos 12 meses, supera ampliamente a Colombia y Chile. Estos datos no deberían sorprender, pues México y España muestran las frecuencias de asistencia per cápita y las ganancias más elevadas de la región.

Cuadro 10.14
ASISTENCIA AL CINE (en porcentajes)

Argentina (2006)	Brasil (2009)	Chile (2009)	Colombia (2008)	España (2010-2011)	México (2010)
Fue al cine en los últimos 3 meses	Fue al cine en los últimos 6 meses	Población que asistió al cine en los últimos 12 meses	Total de personas según asistencia a cine en los últimos 12 meses	Fue al cine en los últimos 12 meses	Ha ido al cine en los últimos 3 meses
35.9	26.1	34.9	22.40	49.10	45.0

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de encuestas de consumo cultural de los respectivos países.

Cabe comentar a continuación algunas cifras sobre cine del European Audiovisual Observatory, para el año 2008. Siguiendo la tendencia mostrada en los cuadros anteriores, el cuadro 22 revela que, respecto a la participación de espectadores de cine local en el mercado total, destaca Argentina con un 11.9%, seguido por Colombia (10.3%), Chile (7.9%), México (7%) y más atrás, Uruguay (4.5%), la República Bolivariana de Venezuela (2.4%) y Brasil (0.1%).

Finalmente, cabe referirse al valor de una entrada de cine. Es necesario recordar lo expresado por Palma y Aguado (2010), quienes afirmaron que el precio, en el caso del cine, la música popular y los conciertos, puede tener un efecto importante en la asistencia, debido a la mayor posibilidad de sustitutos. De acuerdo con la información disponible en el cuadro 10.15, el precio más alto de una entrada al cine en USD, se observa en España (8.41), seguido por la República Bolivariana de Venezuela (5.82) y Chile (5.08). Los demás países exhiben un valor entre 3 y 4.4 dólares, excepto el Estado Plurinacional de Bolivia, que presenta el valor de la entrada al cine más bajo (1.67).

Cuadro 10.15
ESPECTADORES DE CINE Y VALOR PROMEDIO DE UNA ENTRADA DE CINE

	Argentina	Bolivia, Est. Plur. de	Brasil	Chile	Colombia	España	México	Perú	Uruguay	Venezuela
Espectadores de películas locales (millones)	115.8	1.5	172	33.9	34.5	280.8	248	38.5	12.2	36
Participación de espectadores de cine local en el mercado total	11.9%		0.1%	7.9%	10.3%		7%		4.5%	2.4%
Valor promedio de una entrada a cine en USD	3.74	1.67	4.41	5.08	3.39	8.41	3.72	3.04	4.4	5.82

Fuente: European Audiovisual Observatory, 2008.

Estos antecedentes, sin embargo, no permiten la comparación entre países, para ello es preciso considerar además su PIB per cápita. España, por ejemplo, exhibe un alto porcentaje de asistencia al cine, a pesar de que tiene el valor de la entrada más caro de la región, sin embargo, este país exhibe el PIB per cápita más alto de Iberoamérica, por lo que el valor de su entrada no es comparable al resto de los países de la región. En la otra vereda, el Estado Plurinacional de Bolivia, que presenta una baja asistencia al cine (alrededor del 15% de la población), tiene el valor de la entrada de cine más bajo de los países registrados, no obstante, es necesario recordar que este país tiene uno de los PIB per cápita más bajos de la región, así como un alto índice de pobreza.



TIC y consumo digital

Las tecnologías de la información y la comunicación, con su rápida expansión, están afectando a todas las esferas de la vida social, transformando de paso, la manera en que las personas se vinculan con la cultura. Las TIC han comenzado a ocupar un lugar relevante como medio de acceso a diversos contenidos culturales. Tal como se ha mencionado a lo largo del capítulo, hoy cada vez más personas acceden a libros, películas, música, juegos y *software* a través de Internet. Determinar en qué medida la población latinoamericana puede realizar este tipo de actividades depende, sin duda, del acceso que esta tiene a Internet y a los medios tecnológicos que permiten su acceso como el computador y recientemente el teléfono celular (2G, 3G y 4G).

En disponibilidad de equipamiento tecnológico, aunque rezagados respecto a otras regiones más desarrolladas del mundo, América Latina ha mostrado avances significativos en acceso a celulares, computadores y conexión a Internet en los hogares, especialmente en los últimos años. Este aumento ha sido notable y se asocia probablemente a los cambios tecnológicos y a la disminución de los costos.

De acuerdo con información disponible de las encuestas de hogares, en el segmento de la telefonía móvil (a poco más de una década de su incorporación), su uso prácticamente se ha triplicado. A comienzos de la década, información para 7 países de la región indicaba que aproximadamente un 20% de los hogares contaba con celular. Esta cifra creció hasta cerca de un 70% en el periodo 2006-2010, llegando en algunos países a superar el 80%, como en Paraguay (86%), Chile (84%), Uruguay (83%) y El Salvador (81%). El caso de este último país es notable, pues incrementó en 8 veces el acceso a celular en la última década, al igual que Perú.

En lo que concierne al acceso a computador en los hogares, a comienzos de la década de 2000, este alcanzaba un promedio del 10.3% en los 12 países que contaban con información, siendo Argentina (22%), Chile y Uruguay (18%) los países con mayor cobertura. Como sucedió con la telefonía móvil, el acceso a computador creció de manera importante, llegando en los años 2007-2010 al 24% de los hogares. En este periodo, algunos países hasta triplicaron su cobertura, siendo los casos más emblemáticos Uruguay (48%), Chile (42%), Costa Rica (37%) y Brasil (35%).

El avance en conectividad, en tanto, ha sido un poco más lento, debido probablemente a los altos costos que persisten en la región. La relación entre el costo de la banda ancha y el PIB per cápita 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 los progresos han sido significativos; mientras que el acceso a Internet llegaba al 5.8% de los hogares a principios de la década de 2000, diez años más tarde esta cifra se había duplicado (alcanzando un 12.2%). En algunos países el acceso a Internet en los hogares ya alcanza a un tercio de la población, como es el caso de Chile (29%), Uruguay (28%) y Brasil (27%). En contraste, algunos países de la región presentan un bajísimo acceso a Internet, como Nicaragua y Guatemala con apenas un 2%.

El acceso a las TIC, sin embargo, representa solo el primer paso para participar en la sociedad de la información y proporciona escasa información sobre el aprovechamiento de las posibilidades que ofrece dicho acceso y por ende sobre sus repercusiones. No es sorprendente que la adopción y el uso de esas tecnologías requieran un proceso de aprendizaje que suele empezar con actividades simples y avanza hasta lograr interacciones más complejas (CEPAL, 2003).

Cuadro 10.16

IBEROAMÉRICA (18 PAÍSES): ACCESO A CELULAR, COMPUTADOR E INTERNET EN LOS HOGARES (en porcentajes)

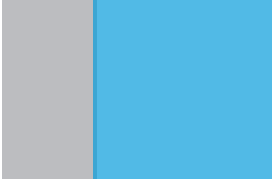
		Celular	Computador	Internet
Bolivia, Est. Plur. de	2007	57	17	3
Brasil	2009	78	35	27
Chile	2009	84*	42	29
Colombia	2007	63	23	15
Costa Rica	2009	68	37	18
Ecuador	2009	74	23	8
El Salvador	2008	81	12	6
Guatemala	2006	55	11	2
Honduras	2007-2008	58	10	4
México	2009	69	27	18
Nicaragua	2006	62	7	2
Panamá	2007-2008	76	17	12
Paraguay	2008	86	19	11
Perú	2008	64	19	10
Rep. Dominicana	2007-2009	73	-	5
Uruguay	2009	83	48	28
Venezuela, Rep. Bol. de	2008	43	17	9

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

Respecto al uso de computador en los últimos 12 meses para el periodo 2007-2009, este supera al uso de Internet. Mientras el primero alcanza un 29.7%, el segundo llega a un 23.7%, destacando con los porcentajes más altos Chile (41%) y Uruguay (40%). Respecto a los lugares en que la gente se conecta a Internet, un 43.6% declara conectarse en locales comerciales, un 40% en el hogar, un 26.9% en el trabajo, un 15% en establecimientos educacionales y un 6.7% en locales comunitarios. El problema con el tipo de oportunidades de acceso que proporcionan estos lugares es la poca intensidad con que los individuos pueden aprovechar la tecnología. Ya sea por los costos, o por las condiciones de acceso, dado por espacios de tiempo más limitados que en los hogares, lo que implica menos posibilidades de desarrollar competencias digitales para la integración social y productiva.

En la región, las TIC se usan principalmente como medio para obtener información y comunicarse (60%). Datos disponibles para Colombia indican que la lectura en Internet creció de un 5% a un 11% entre 2000 y 2005. En Brasil, en tanto, su encuesta del año 2007 señaló que un 20% de las personas lee textos de Internet (34.3 millones de personas) y un 3% lee libros digitales o *e-books* (4.2 millones de personas) (CERLALC/GIE, 2008).

De acuerdo con el estudio de Comscore World Metrix *La situación de Internet en Latinoamérica 2010*, existen tres grupos de categoría clave en América Latina en el uso de Internet: Comunicación (*e-mail* y mensajería instantánea), Conexión (redes sociales, blogs, discusión/chat y sitios de fotos) y Entretenimiento (multimedia, música, noticias de entretenimiento y radio). De acuerdo con esta fuente, las redes sociales gozan de gran popularidad en América Latina.



En ese contexto, Facebook es la red social más popular de la región, información que es confirmada por otras fuentes, como Latinobarómetro. Información proporcionada por Latinobarómetro indica que la red social Facebook es utilizada por un 19.1% de los iberoamericanos, seguida por Youtube (4.8%), Orkut (1.1%) y Twitter (0.5%).

Cabe señalar que Latinobarómetro, al estar abocado al uso de redes sociales en la población en general, muestra cifras mucho más bajas en el uso de redes sociales que aquellas fuentes que concentran su atención en los usuarios de Internet. Así por ejemplo, Comscore World Metrix muestra que el uso de Facebook en los usuarios de América Latina (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y la República Bolivariana de Venezuela) llega al 50%, el de Orkut al 25.4% y el de Twitter al 10.5%. Ambos estudios, sin embargo, coinciden en que los mayores porcentajes de uso de Facebook se presentan en Chile y que en Brasil se prefiere Orkut antes que Facebook. Latinobarómetro destaca por su parte que el mayor uso de Youtube y Twitter se observa en España.

Otros usos de Internet en la región se vinculan con actividades educativas, operaciones bancarias y compras pero además con juegos *online* y descarga de música, películas y *software*. Datos provenientes del Cuestionario TIC de la Prueba Pisa 2009, para Chile, España, Panamá, Portugal y Uruguay, indican que un 42% de los niños de 15 años juegan juegos individuales en Internet y un 29% juega juegos colaborativos. En tanto, un 64% de ellos baja música, juegos y/o películas de Internet. Este último dato se suma a lo expuesto sobre descarga de música, proveniente de las encuestas de consumo cultural de Colombia (36.07% Internet gratis; 1.17% Internet pagado) y México (16%).

La música, tal como se mencionó anteriormente, ha sufrido en mayor medida los estragos de las descargas ilegales. No obstante, como informa el reporte sobre música digital 2012 de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), el negocio de la música digital está experimentando un gran crecimiento, gracias al aumento de las descargas legales de música. En la actualidad, los canales digitales representan alrededor del 32% de los ingresos mundiales de los sellos, lo que significa un alza respecto al 29% de 2010. De acuerdo con el informe, los principales servicios de música digital ya tienen presencia en al menos 58 países (19 de ellos iberoamericanos) un número que se ha más que duplicado en los últimos doce meses (IFPI, 2012).

Otra industria que ha sufrido los estragos de la piratería es la del *software*. De acuerdo al Octavo Informe Anual de la Piratería de Software 2010, elaborado por BSAIDC, América Latina presenta una alta tasa de piratería de *software* (64%) en comparación con otras regiones del mundo. Por ejemplo, en Asia Pacífico alcanza un 60%, en la Unión Europea un 35% y en Norteamérica un 21%. No obstante, cabe agregar que América Latina ha bajado en 2 puntos su tasa de piratería desde 2006 y que el valor comercial de su *software* sin licencia es menor al observado en otras regiones del mundo. El valor comercial de *software* sin licencia alcanza en el mundo unos 58,754,000 millones de dólares estadounidenses, de los cuales 7,030,000 millones corresponden a América Latina, 18,746,000 a Asia Pacífico, 13,458,000 a la Unión Europea y 10,623,000 a América del Norte (BSAIDC, 2011).

• Recuadro 10.1. Internet, piratería y derechos de autor

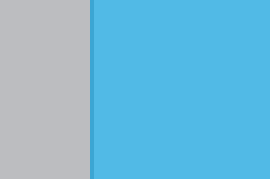
El incremento en el uso de las nuevas tecnologías ha recrudecido el debate por la propiedad intelectual y los derechos de autor. La piratería informática se ha transformado en un serio problema para muchos países e industrias culturales. En respuesta, cada vez se está restringiendo más el acceso gratuito a segmentos de información y conocimiento disponibles en Internet. Por un lado, están apareciendo nuevas generaciones de dispositivos y *software* –denominadas medidas técnicas o tecnológicas de protección, MTP– que son cada vez más eficaces en controlar y excluir el acceso a *software* propietario, contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual y servicios disponibles en Internet cuyos productores desean cobrar por su uso. Por otro, hay una ofensiva impulsada por países desarrollados para fortalecer los derechos de propiedad intelectual en el medio digital e incrementar la eficiencia y eficacia de la observancia, entendida como los mecanismos administrativos, judiciales y policiales para reprimir la piratería digital y el intercambio social de copias no legales de *software* y contenidos (CEPAL, 2003). Esta ofensiva se ha hecho patente en las condenas de los casos Napster, Pirate Bay, Taringa y más recientemente en las demandas judiciales contra Mega-upload, Cuevana y en la iniciativa norteamericana de la ley SOPA, que se revisan en detalle a continuación.

■ Megaupload

Sitio web conocido por ser un servicio de almacenamiento que permitía subir y bajar archivos en Internet, desde películas a libros, discos y fotografías (sin conocimiento del autor intelectual). El usuario los bajaba directamente a su computadora o podía visualizarlos en línea. El lucro se realizaba al momento de la descarga, este servidor ofrecía dos tipos de acceso: Premium, a cambio de unos 10 euros al mes, de forma ágil e ilimitada, y libre, con una descarga más lenta y limitada. Esta compañía fue intervenida en enero de 2012 por el FBI, acusada de lavado de dinero y violación de la propiedad intelectual. De acuerdo con la demanda presentada ante la corte federal del distrito este de Virginia, esta compañía provocó daños a la industria del entretenimiento por un monto de 386 millones de euros. Adhiriendo anuncios publicitarios a sus páginas de alojamiento y descarga, amasaron, según la demanda presentada, 135 millones de euros. La página se encuentra cerrada, muchos de los usuarios que tenían sus archivos ahí están preocupados. Se dice que solo los archivos que no violen derechos de autor podrán ser descargados de la página por sus usuarios, pero esta posibilidad está sujeta a lo que determine el FBI.

■ Cuevana

Sitio web argentino de gran popularidad en América Latina, que permite ver cientos de películas y series *online*, de forma gratuita. A fines de 2011 este sitio fue demandado, primero por HBO Latinoamérica y después por la Unión Argentina de Videoeditores, por no respetar derechos de propiedad intelectual. A estas demandas se sumó la presentada por el fiscal general Ricardo Sáenz en marzo de 2012, ante la Cámara Nacional de Apelaciones de la Capital Federal (Argentina), quien impuso una causa penal contra Tomás Escobar (creador de Cuevana) y dos de sus colegas por violación de la ley de propiedad intelectual. La demanda fue emitida a pedido de un grupo de multinacionales de la industria del entretenimiento de los Estados Unidos (entre las que se encuentran Fox, Paramount, Columbia, Warner Bros, Universal y Disney) y el canal argentino Telefe. Cuevana se ha defendido de las demandas argumentando que el sitio funciona como cualquier buscador, en el que el



usuario busca títulos de películas o series y el sitio le presenta fuentes indexadas. Cuevana señala que solo lleva al usuario al contenido que está buscando, casi siempre en sitios de terceros, pero no tiene poder sobre ellos, a diferencia de lo que hacía Megaupload, que sí alojaba contenido de otros, cobraba por sus servicios y tenía ingresos millonarios. Frente a esta defensa, el fiscal Sáenz señaló que no es un requisito legal que se obtengan ganancias para infringir la ley de propiedad intelectual. A diferencia de Megaupload, aún no se decretado el cierre del sitio, por lo que a la fecha (junio 2012) sigue funcionando.

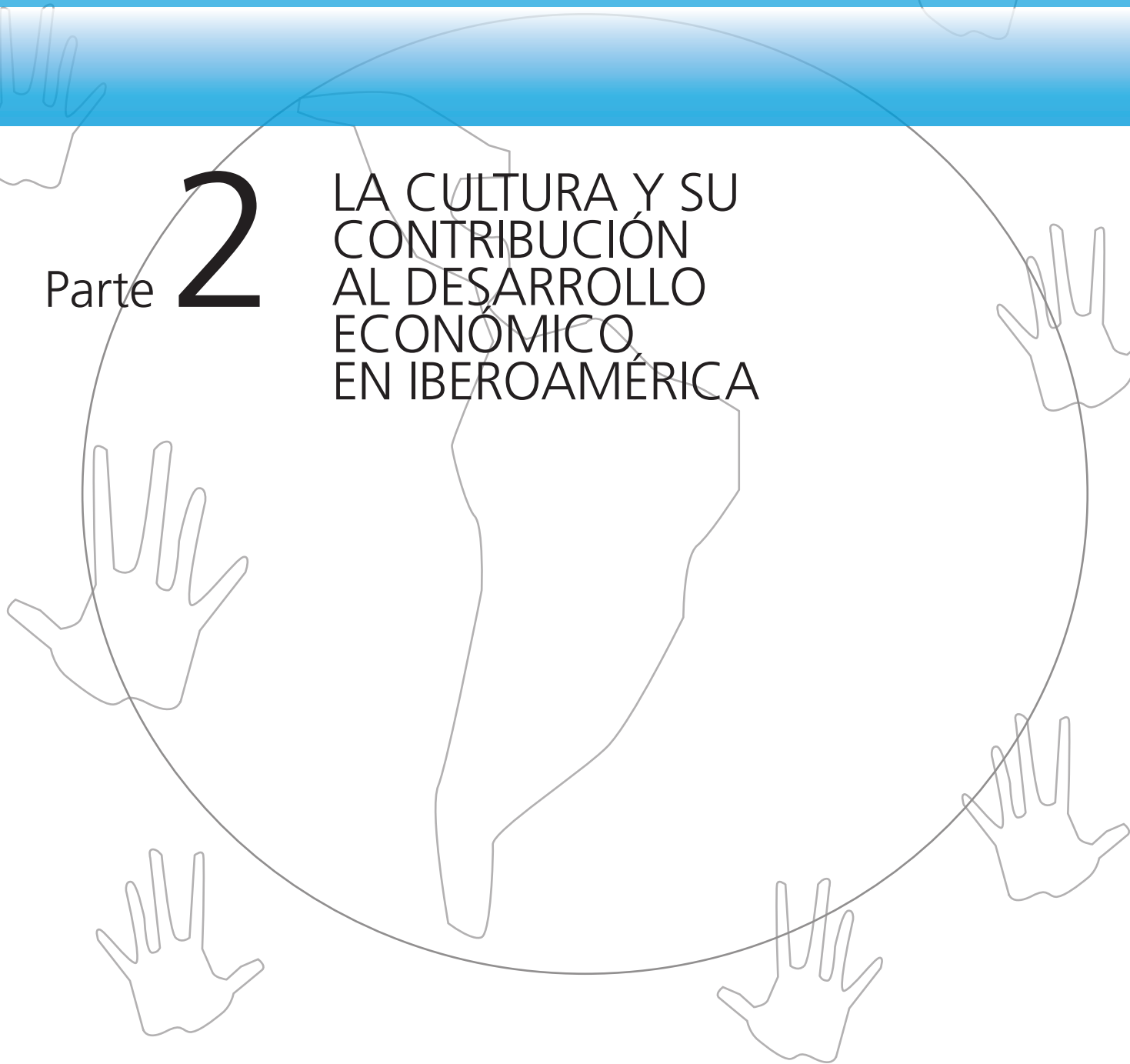
■ Ley Stop Online Piracy Act (SOPA)

Ley antipiratería impulsada en Estados Unidos, que busca proteger los derechos de autor en el ciberespacio. Introducida en la Cámara de Representantes de los Estados Unidos el 26 de octubre de 2011 por el congresista republicano Lamar S. Smith, el proyecto de ley busca facultar al Departamento de Justicia para cerrar cualquier sitio web sospechoso de contener material que viole los derechos de autor o propiedad intelectual. Los principales partidarios de esta ley son medios de comunicación, entre los que se encuentran cadenas de televisión, compañías cinematográficas, discográficas y editoriales. Las empresas que apoyan la iniciativa de ley SOPA señalan que la piratería en Internet provoca la destrucción de empleos en Estados Unidos. Los adherentes a esta ley rechazan las acusaciones de censura, argumentando que el propósito de la legislación es reformar un sistema disfuncional que no previene de forma adecuada las conductas delictivas. El presidente de Estados Unidos, Barack Obama, manifestó su rotundo rechazo a la ley. De acuerdo con sus palabras, “la piratería digital es un problema serio que daña la economía estadounidense (...) pero no vamos a apoyar una legislación que limite la libertad de expresión, aumente los riesgos de ciberseguridad o atente contra la dinámica e innovadora Internet”. Finalmente, el congresista Lamar S. Smith reveló a través de un comunicado de prensa que retiraba el proyecto de la ley SOPA (Stop Online Piracy Act) hasta encontrar un mayor consenso sobre qué debería ser la solución a la problemática de respetar el *copyright* en Internet.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2**

LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA



Capítulo 11

EL APORTE DE LA CULTURA A LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES DE IBEROAMÉRICA

El PIB cultural

En la región, existen variadas estimaciones parciales del aporte de las actividades culturales a la actividad económica de los países. En función de distintos objetivos y con diversas metodologías y fuentes de información, las cifras publicadas tienen importantes variaciones.

Entre las iniciativas nacionales y regionales más importantes que, entre otras actividades, han dedicado esfuerzos para estimar el aporte de las distintas actividades ligadas a la cultura al producto interior bruto (el PIB cultural) se encuentra el desarrollo de las Cuentas Satélite de la Cultura en Argentina (3.5% del PIB en 2009), en Chile (1.04% del PIB en 2009), Colombia (1.56% del PIB en 2000) y España (2.8% del PIB en 2009). También en el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI) pueden encontrarse diversas cifras estimativas al respecto, provenientes de estudios nacionales;¹¹ estas varían entre el 1% del PIB y el 6.7% (véase el cuadro 11.1 de la página siguiente).

¹¹ Estos estudios están orientados principalmente a estimar el aporte al PIB de las industrias protegidas por derechos de autor.

Cuadro 11.1
IBEROAMÉRICA (9 PAÍSES): IMPACTO ECONÓMICO DE LAS INDUSTRIAS PROTEGIDAS POR DERECHOS DE AUTOR, DISTINTOS AÑOS (en porcentajes del PIB del año correspondiente)

País	Año / Periodo	Estimación
Argentina	1993	4.10%
Brasil	1998	6.7%
Chile	Promedio 1990-1998	2.0%
Colombia	2001	2.0%
España	2009	3.6% a/
Paraguay	Promedio 1995-1999	1% aprox
Perú	2001	1.03%
Uruguay	1997	6.0%
Venezuela, Rep. Bol. de	2002	1.7%

Fuente: 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", Bogotá, Ministerio de Cultura de Colombia, Convenio Andrés Bello, 2003; España: Ministerio de Cultura, *Cuenta Satélite de la Cultura*; Perú: Universidad San Martín de Porres, Equipo del Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. *Impacto económico de la cultura en Perú*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2005; República Bolivariana de Venezuela: Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique; Medina, Yesenia; Quintero Aguilar, Yolanda, *La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución en el PIB*, Bogotá, Editorial CAB, 2005. La mayor parte de estas estadísticas están compiladas por el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI). <http://www.odai.org/>

a/ Para este país, la estimación del aporte de las industrias protegidas por el derecho de autor (3.6%) puede contrastarse con la estimación también hecha por el Ministerio de Cultura sobre el aporte de las actividades culturales al PIB del mismo año (2.8%).

Por otro lado, también el Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR), 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 e impresión y reproducción de grabaciones era en promedio de 0.63% del PIB, con un aporte máximo de casi 0.9% del mismo en la República Bolivariana de Venezuela; el aporte originado en el desarrollo de actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas era más alto, del 1.6% del PIB, con una oscilación de entre el 0,6% del PIB en Brasil y el 3.8% en el Estado Plurinacional de Bolivia. En total, según esta fuente el PIB cultural sería en promedio de un 2.2% del PIB total, con márgenes que van del 1% a más de un 4% dependiendo del país (véase el cuadro 11.2).

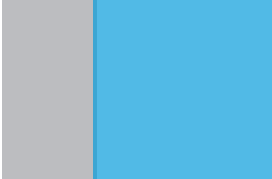
Cuadro 11.2
AMÉRICA LATINA (9 PAÍSES): PIB CULTURAL, DISTINTOS AÑOS (en porcentajes del PIB del año correspondiente)

País	Último año disponible	Grandes sectores culturales a/		Total
		Grupo 22	Grupo 92	
Argentina	2009	0.71	2.37	3.08
Bolivia, Est. Plur. de	2007	0.46	3.76	4.22
Brasil	2006	0.64	0.62	1.26
Chile	2006	0.52	0.80	1.32
Colombia	2007	0.78	2.70	3.48
Ecuador	2009	0.49	0.49	0.98
Perú	2005	0.60	-	0.60
Uruguay	2008	0.51	1.38	1.89
Venezuela, Rep. Bol. de	2003	0.89	0.69	1.58
Promedio simple b/		0.63	1.60	2.23

Fuente: Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR), <http://www.sicsur.org/>, sobre la base de información oficial de los países. Las fuentes institucionales por país son Argentina: Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, Estado Plurinacional de Bolivia: Instituto Nacional de Estadística, Brasil: Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística, Chile: Banco Central de Chile, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, Ecuador: Banco Central de Ecuador, Perú: Ministerio de Cultura de Perú, Uruguay: Banco Central del Uruguay y República Bolivariana de Venezuela: Banco Central de la República Bolivariana de Venezuela.

a/ 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. 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.

b/ Excluye Perú.



Como referencia, y suponiendo que las metodologías de contabilización del aporte de la cultura al PIB son similares a las utilizadas por las fuentes anteriormente mencionadas, en Canadá el sector cultural aportó el 3.8% del PIB en 2001 (con un crecimiento anual de 5.7% del sector entre 1996 y dicho año) (Singh, 2001), y en la Unión Europea fue de un 2.6% del PIB regional en 2003 (unos 883,000 millones de dólares).¹²

La información de que se dispuso aquí no es suficiente para construir y comparar la información siguiendo los pasos planteados en las metodologías de elaboración de las Cuentas Satélite, que representan hasta el momento el mejor –aunque complejo– procedimiento para la contabilización de todos los aportes que realizan las actividades culturales a la formación del producto interior bruto. Esta situación no permite realizar estimaciones razonables del PIB cultural.

Sin embargo, la información de que sí se dispuso permite establecer la relevancia de algunos componentes de la actividad económica en cultura dentro del producto interior bruto. Específicamente, se incluye el gasto público en cultura, las remuneraciones privadas anuales en actividades características de la cultura (dominios culturales y dominios transversales), las remuneraciones públicas y privadas en las actividades auxiliares, y las exportaciones de bienes culturales. Adicionalmente, se muestran las remuneraciones públicas y privadas en servicios relacionados con la cultura (deportes, recreación y turismo), y el gasto de consumo turístico efectuado por no residentes en el país. En su conjunto, las cifras permiten ilustrar la magnitud de los aportes directos e indirectos de la cultura a la economía, siempre teniendo en consideración que representan una subestimación del rol que desempeña la cultura en el desarrollo económico y social del espacio iberoamericano.

La producción, difusión y consumo de la cultura conlleva una serie de actividades directas y relacionadas que tienen efectos en la economía de los países, y cuyo incremento aporta al crecimiento económico de los mismos. El gasto público en cultura aporta en promedio un 0.15% del producto interior bruto regional. A simple vista es un aporte relativamente magro, pero la producción de bienes y servicios culturales escasamente rentables y habitualmente parte del dominio público conlleva la activación de actividades económicas privadas: las remuneraciones pagadas en el empleo privado en actividades directamente relacionadas con la cultura moviliza el equivalente al 0.7% del PIB regional. También fortalece actividades de carácter auxiliar, principalmente destinadas a proveer de bienes y servicios que se utilizan como insumos para la producción cultural o bienes de consumo final que se utilizan en la difusión y consumo cultural. Aunque en conjunto las remuneraciones públicas y privadas involucradas en actividades auxiliares de la cultura no llegan al 0.1% del PIB regional, la producción y exportación de bienes auxiliares genera ingresos equivalentes al 0.4% del PIB.

Por otro lado, el dinamismo económico de las actividades relacionadas, como deportes, diversos bienes y servicios recreativos, así como el turismo, es sumamente significativo en la región, aunque con diferencias entre países. De esta manera, las remuneraciones involucradas en la elaboración y distribución de bienes y servicios que se nutren con la actividad cultural equivalen al 0.5% del PIB, y los ingresos generados por gastos de turistas extranjeros alcanzan un 1.1% adicional del PIB.¹³

En la región, las actividades e ingresos registrados en el cuadro 11.3 involucraban, alrededor de 2010, unos 92,000 millones de dólares, y aumentan el nivel del producto interior bruto en un 3.1%.

¹² Véase <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/1564>.

¹³ De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, aproximadamente, el 51% del turismo es por motivos de ocio, recreo y vacación.

Cuadro 11.3

IBEROAMÉRICA (21 PAÍSES): CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DE DISTINTAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA AL PRODUCTO INTERIOR BRUTO, ALREDEDOR DE 2010

País	Gasto público en cultura	Remuneraciones anuales de los empleos culturales (sector privado)	Remuneraciones anuales de empleos en actividades auxiliares de la cultura	Exportaciones de bienes culturales	Remuneraciones anuales de empleos en actividades relacionadas con la cultura	Ingresos del turismo
En porcentajes del PIB						
Argentina	0.07	1.4	0.06	0.06	0.5	1.5
Bolivia, Est. Plur. de	0.04	0.9	0.12	0.004	1.0	1.8
Brasil	0.18	0.9	0.06	0.12	0.8	0.3
Chile	0.09	1.0	0.03	0.05	0.9	1.2
Colombia	0.17	0.5	0.06	0.09	0.6	1.0
Costa Rica	0.22	0.7	0.05	0.22	0.1	6.4
Cuba	1.04	-	-	0.01	-	-
Ecuador	0.19	0.4	0.28	0.03	0.3	1.3
El Salvador	0.07	0.4	0.68	0.14	0.3	3.0
España	0.67	-	-	-	-	-
Guatemala	0.06	1.6	0.50	0.08	0.6	3.3
Honduras	0.03	0.9	0.12	1.36	0.9	4.3
México	0.11	0.3	0.04	1.09	0.2	1.2
Nicaragua	0.05	1.2	0.04	0.12	0.1	5.4
Panamá	0.11	0.5	0.09	0.002	0.3	9.5
Paraguay	0.02	0.9	0.34	0.01	0.2	1.4
Perú	0.13	0.9	0.11	0.05	0.5	1.8
Portugal	1.21	-	-	-	-	-
Rep. Dominicana	0.25	0.9	0.54	0.02	0.8	8.7
Uruguay	0.09	0.8	0.14	0.11	0.4	4.0
Venezuela, Rep. Bol. de	0.33	0.4	0.16	0.002	0.5	0.2
Iberoamérica a/	0.15	0.7	0.08	0.40	0.5	1.1

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países, estimaciones a partir de las encuestas de hogares de los respectivos países, Base de Datos Estadísticos de Comercio Exterior (BADECEL) y sistema CEPALSTAT (<http://websie.eclac.cl/infest/ajax/cepalstat.asp>).

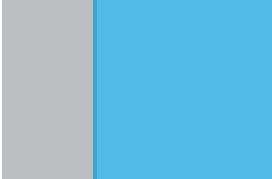
a/ Excluye Cuba, España y Portugal.

El aporte económico de las industrias culturales y creativas

La Unesco define las industrias culturales como “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)”.

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 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 desarrollo económico. Asimismo, Octavio Getino (2000) estima que desde la década de 1980 las industrias culturales han generado más empleo que cualquier otro sector industrial.

Uno de los estudios del Convenio Andrés Bello realizado en conjunto 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. Mediante datos de la Unesco demuestran que el crecimiento de este sector entre 1980 y 1998 fue del 300%, mientras que se estima que las industrias culturales aportan entre un 2% y 6% a los productos interiores brutos de cada país.

Igualmente, la Cuenta Satélite de la Cultura en España estima que la actividad del sector cultural ascendería a más de 46,000 millones de dólares en 2009 (a precios de 2005), lo que corresponde a cerca de 4% del PIB de ese año, y generaría más de 625,000 empleos. Entre los años 2000 y 2009 la actividad del sector de las industrias culturales en España se ha incrementado un 47%, en el empleo un 35% y un 36% en las empresas, lo que vuelve a ilustrar el rápido crecimiento del sector.

Dentro de este rango establecido por Unesco, dentro de la región, Brasil es el país donde las industrias culturales realizan el mayor aporte al PIB. De acuerdo con el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística la cultura representa el 5% del empleo formal y las industrias culturales un 6% del PIB nacional.

Le siguen Argentina y Uruguay. En el primer país se estima que el aporte de las actividades e industrias culturales a la economía nacional fue del 2.3% en el año 2000 y aumentó al 3% en el año 2005, mientras que en Uruguay para ese mismo año fue del 3.4%. En Guatemala el aporte de la industria cultural fue de un 3.1% en el 2005, llegando al 7.3% si se consideran 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, 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, donde el 0.9% correspondió a la industria editorial y la otra parte 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 la República Bolivariana de Venezuela, las industrias culturales aportaron un 1.7% del PIB en 2002. Perú presenta cifras más bajas, donde el sector aportó un 0.6% durante 2005 y un estudio en conjunto con el Convenio Andrés Bello reveló que el aporte de la industria editorial al PIB para 2001 fue de 0.012% y de 0.004% el de la industria cinematográfica. 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.

De todas maneras, para tener una noción comparada de la importancia relativa y absoluta de las industrias culturales y creativas en la región y otros países, téngase 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; en 2009, las industrias culturales chinas aportaron el 2.5% del PIB de ese país (casi 100,000 millones de dólares); ese mismo año en Estados Unidos el aporte de dichas industrias alcanzó el 2% del PIB, poco más de 250,000 millones de dólares.

• Recuadro 11 .1. Mecenazgo cultural

El mecenazgo permite a empresas y organismos del sector privado destinar dinero u otros recursos a actividades culturales que son de interés general, sin obtener por ello una contraprestación económica o no económica. Extendido durante el Renacimiento, el arquetipo de este rol es la familia Medici, que cobijó e impulsó el arte y la arquitectura italiana y florentina del siglo xv, patrocinando a artistas como Donatello, Fra Angelico, Michelangelo o Brunelleschi. Hoy en día todavía puede apreciarse el resultado de ese apoyo, en obras como la Galería dei Uffizi (cuyo contenido obedece en gran parte a la colección artística de dicha familia), el Palazzo Pitti, los jardines de Boboli, el Belvedere, y el Palazzo Medici.

En la actualidad, con el fin de encausar el mecenazgo, varios países han intentado generar un marco legal específico, en que por la vía de las exenciones tributarias, se estipulan diversos beneficios a las empresas que hacen aportes en dineros para el desarrollo de actividades culturales.

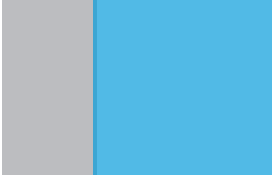
Brasil es uno de los países más avanzados en la materia. Actualmente cuenta con dos principales instrumentos para el mecenazgo, la Ley Rouanet y la Ley del Audiovisual. La primera permite a las empresas una desgravación de hasta el 4% en el impuesto a la renta y la segunda permite un descuento fiscal de entre el 3% y el 5%. En el año 1999 el patrocinio de la empresa privada brasileña alcanzó los 125 millones de reales (unos 86 millones de dólares de 2005) y se calcula que por cada millón invertido se crearon 160 empleos.

En el caso de España, la Ley 16/1985 y la Ley 49/2002 recogen una serie de incentivos fiscales con el objetivo de fomentar las iniciativas de mecenazgo. Otros ejemplos son la ciudad de Buenos Aires, donde mediante la Ley n^o. 2264 las empresas pueden destinar parte de sus impuestos directamente a proyectos culturales.

Por otra parte, Colombia cuenta con un modelo de Fondos Mixtos que combina el aporte público con el privado. México tiene un modelo similar: en 1988 se creó el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes que se compone de recursos fiscales y contribuciones del sector privado, las cuales son deducibles del impuesto a la renta.

En Chile existe la Ley de Donaciones con Fines Culturales o Ley Valdés creada en 1991, que durante el año 2010 permitió que las empresas privadas aportaran 18,076 millones de pesos (unos 23 millones de dólares) al sector de la cultura. Los principales sectores beneficiados fueron las actividades culturales como exposiciones, música y teatro (67.9%), bibliotecas y literatura (8.9%) e infraestructura (12.6%).

Respecto a las empresas, un ejemplo claro de mecenazgo cultural es el de Telefónica, empresa operadora de telecomunicaciones con presencia en 25 países, que por medio de la Fundación Telefónica tiene como objetivo contribuir al desarrollo social mediante el acceso al conocimiento. Durante el 2008, Fundación Telefónica invirtió un total de 69,204,830 euros (78 millones de dólares) en 14 países iberoamericanos. De este total, un 9% se invirtió en el programa Arte y Tecnología y un 6% en el programa Debate y Conocimiento.



Otro ejemplo es Banco Santander: Santander España donó un total de 1,964,498 euros al sector de las artes y 785,293 al sector de la música (en total, unos 3 millones de dólares), mientras que Santander Chile destinó un 9% de sus donaciones al área de la cultura.

Pero no solo las empresas pueden financiar la cultura. Una de las nuevas formas de financiamiento privado de la producción cultural es el *crowdfunding* o micromecenazgo, que ha cobrado fuerza desde mediados del año 2000, donde se pone en contacto, principalmente a través de Internet y sus diversas redes sociales, a creadores y potenciales mecenas.

El proceso consiste en que, a través de plataformas especializadas para tal efecto, como Kickstarter (Estados Unidos), Lanzanos y Kifund (España), Idea.me (América Latina) o Fondeadora (México), el artista presenta un proyecto, el cual cuenta con un presupuesto y un plazo para lograr su financiamiento. Existe un monto mínimo de donación que puede estar estipulado por la plataforma web o por el artista. Los posibles benefactores o mecenas hacen este aporte vía PayPal o mediante tarjetas de crédito. Si al fin del plazo no se ha recaudado la cifra necesaria, la donación se devuelve a los benefactores. Si el proyecto se desarrolla el benefactor puede recibir obsequios, ya sea el propio producto, una mención especial en los créditos o una invitación a la inauguración de la obra.

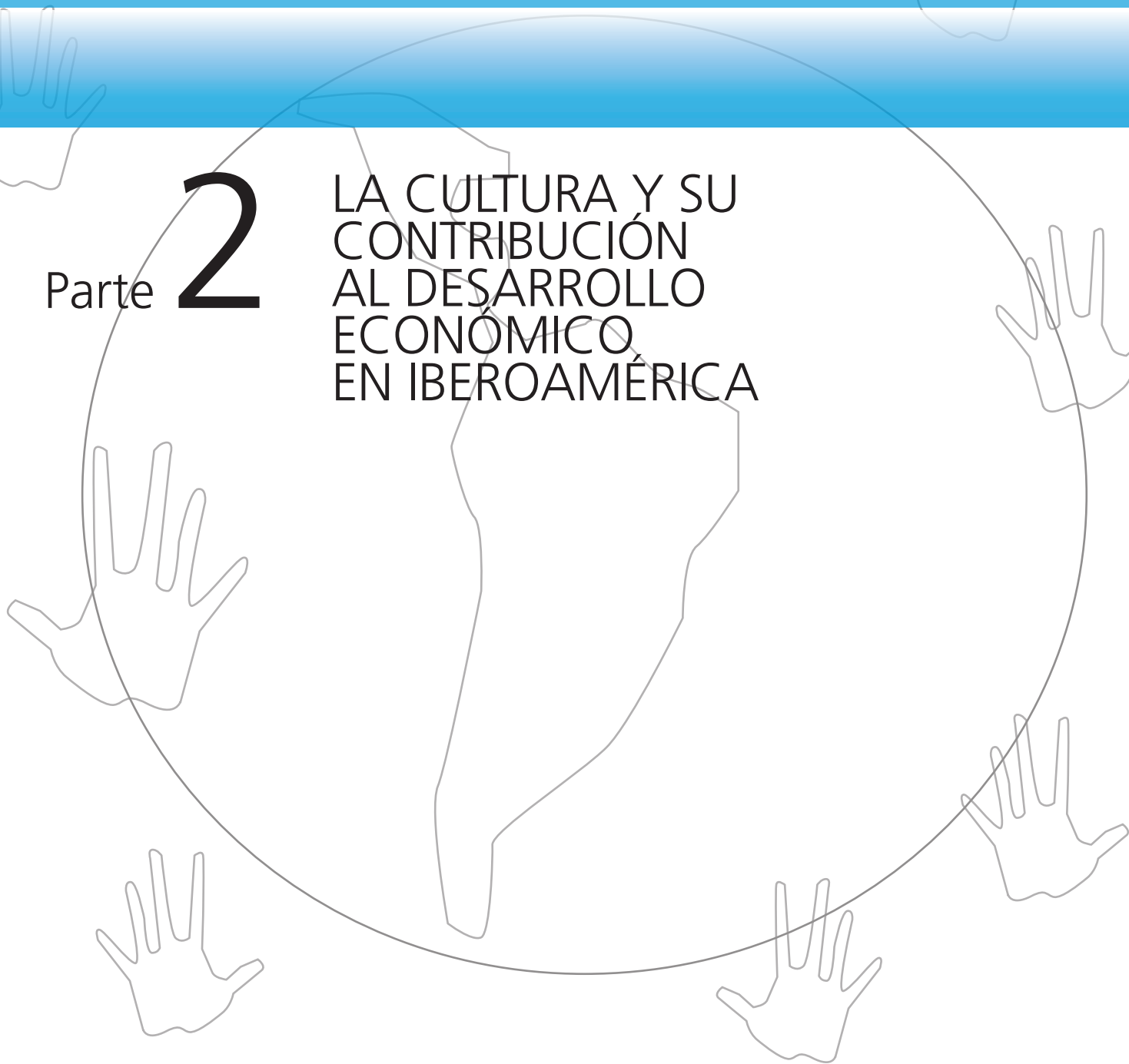
Una variación del modelo anterior la representa el *crowdsourcing*, que añade al modelo monetario del *crowdfunding* la posibilidad de obtener ayudas en forma de tareas u otros recursos (colaboraciones voluntarias), y cuya misión principal es potenciar, más allá de recompensas individuales a cambio de donaciones, la creación de bienes comunes o “procomunes”, específicamente en retornos colectivos licenciables bajo *copyleft* (licencia libre que además de otorgar permisos gratuitos de uso, copia, modificación y redistribución de la obra protegida, contiene una cláusula que impone una licencia similar o compatible a las copias y a las obras derivadas). Ejemplo de ello es la plataforma española Goteo (financiación colectiva + colaboración distribuida).

Fuentes: Fundación Telefónica. *Principales magnitudes de Fundación Telefónica en 2008*. Disponible en <http://www.fundacion.telefonica.com/es/conocenos/memorias/memoria2008/fundacion/magnitudes.htm>; Fundación Santander España. Memoria 2011: *La fundación en cifras*. Disponible en <http://www.fundacionbancosantander.com/Memorias/memoria2011/inicio.html>; Santander Chile. Memoria de sostenibilidad 2010 (p. 62). Disponible en http://www.santander.cl/contenidos/info_corporativa/Resp_social/pdf/memoria_sostenibilidad_2010.pdf.
Sobre el estado de la reforma a la Ley de Donaciones Culturales: Periódico *El Mercurio* (Chile), 17 de julio de 2012, p. E12.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO
Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Parte **2**

LA CULTURA Y SU
CONTRIBUCIÓN
AL DESARROLLO
ECONÓMICO
EN IBEROAMÉRICA



Capítulo 12

LA META DE AUMENTO DE LOS PRESUPUESTOS FISCALES DE CULTURA Y RECOMENDACIONES PARA LA POLÍTICA CULTURAL

El aumento de los presupuestos públicos de cultura

Entre las metas y programas de acción para construir el espacio cultural iberoamericano acordadas en la X Conferencia Iberoamericana de Cultura (Valparaíso, Chile, julio de 2007), se encuentra la de destinar de forma progresiva al fomento de la cultura un mínimo del 1% del presupuesto general de cada Estado.

Sin duda hay países que están en mejor pie para cumplir progresivamente con esta meta y otros que requerirán no solo fomentar el aumento de la participación privada en los proyectos culturales nacionales, sino también movilizar cooperación internacional, tanto la tradicional como la relativamente incipiente cooperación sur-sur.

Cuadro 12.1

IBEROAMÉRICA (21 PAÍSES): COSTO DE ALCANZAR LA META DE TENER UN GASTO PÚBLICO CULTURAL EQUIVALENTE AL 1% DEL PRESUPUESTO PÚBLICO TOTAL, ALREDEDOR DE 2010 Y PROYECCIÓN AL AÑO 2021

País	Recursos disponibles en 2010				Recursos necesarios para cumplir meta presupuestaria						
	Gasto público en cultura				Recursos faltantes		Proyección al año 2021				
	En millones de dólares de 2005	Como porcentaje de gasto público total a/	Como porcentaje del PIB	Gasto público total como porcentaje del PIB a/	Como porcentaje del presupuesto total	Como porcentaje del PIB	Tasa promedio anual de crecimiento del PIB 2012-2021	Recursos públicos totales con presupuesto cultural actual b/	Recursos públicos totales con presupuesto cultural del 1% del gasto público c/	Incremento absoluto promedio anual para cumplir meta	Tasa de crecimiento anual del gasto en cultura para cumplir meta
En millones de dólares de 2005											
Argentina	181	0.34	0.07	21.2	0.66	0.14	3.2	269	802	67	14.6
Bolivia, Est. Plur. de	4	0.06	0.04	58.8	0.94	0.55	4.2	7	112	13	41.2
Brasil	1,866	0.50	0.18	36.8	0.50	0.18	4.3	3,094	6,206	389	9.1
Chile	121	0.39	0.09	22.4	0.61	0.14	4.3	195	503	39	12.6
Colombia	313	0.68	0.17	25.1	0.32	0.08	4.0	497	729	29	4.9
Costa Rica	55	0.35	0.22	62.6	0.65	0.40	4.0	85	241	19	13.9
Cuba	576	2.18	1.04	47.7	-	-	3.8	857	857	-	-
Ecuador	84	0.53	0.19	36.0	0.47	0.17	3.5	131	246	14	8.2
El Salvador	12	0.35	0.07	18.8	0.65	0.12	3.7	18	50	4	13.9
España	7,919	1.37	0.67	48.7	-	-	1.3	8,713	8,713	-	-
Guatemala	20	0.40	0.06	15.2	0.60	0.09	3.3	28	71	5	12.3
Honduras	3	0.12	0.03	23.7	0.88	0.21	4.2	5	43	5	30.8
México	1,002	0.57	0.11	18.9	0.43	0.08	3.1	1,427	2,487	133	7.2
Nicaragua	3	0.21	0.05	22.7	0.79	0.18	3.7	4	20	2	21.6
Panamá	25	0.28	0.11	39.6	0.72	0.29	6.8	54	192	17	17.3
Paraguay	2	0.13	0.02	19.0	0.87	0.17	4.1	4	27	3	29.0
Perú	144	0.65	0.13	19.8	0.35	0.07	4.2	235	362	16	5.5
Portugal	2,370	2.35	1.21	51.3	-	-	1.1	2,500	2,500	-	-
Rep. Dom.	120	1.32	0.25	19.2	-	-	5.2	206	206	-	-
Uruguay	22	0.38	0.09	24.3	0.62	0.15	4.3	35	91	7	12.7
Venezuela, Rep. Bol. de	577	1.22	0.33	26.7	-	-	1.7	719	719	-	-
Iberoamérica	15,418	1.01	0.34	34.0	0.25	0.09	3.1	19,082	25,177	762	3.5

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), estimaciones sobre la base de información oficial de los países. Las proyecciones de crecimiento son de The Economist Intelligence Unit (www.eiu.com), y en algunos casos fueron completadas desde 2017 utilizando el promedio móvil de 5 años anteriores sin considerar el crecimiento del último año (por ejemplo, la estimación de 2017 es el promedio de tasas de crecimiento de los años 2011 a 2015).

a/ Gasto público total observado en torno a 2010, según fuentes oficiales, correspondiente a la cobertura institucional señalada en el cuadro 10.7.

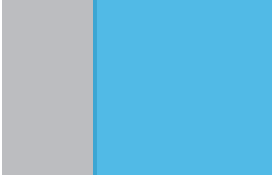
b/ Refiere a la participación observada, en torno a 2010, del gasto público en cultura como porcentaje del gasto público total, y de éste con respecto al PIB. El último está proyectado a 2021 de acuerdo con las tasas anuales de crecimiento señaladas en la columna anterior.

c/ Suponiendo una mantención de la prioridad económica del gasto público respecto del PIB indicada en la columna 4. Las cifras de Cuba, España, Portugal, República Dominicana y la República Bolivariana de Venezuela suponen la mantención de la participación presupuestaria actual del gasto en cultura respecto del gasto total, superior a 1% del mismo.

Adicionalmente, la propuesta de aumento de los recursos destinados a cultura incluye estudiar la creación de un Fondo Solidario para la Cooperación Cultural, entendido como la coordinación de los aportes financieros que diferentes instituciones realizan de forma autónoma para el desarrollo de la cultura de los países y de los proyectos colectivos. Estos recursos deberían dirigirse no a sustituir sino a complementar los esfuerzos de los países y regiones más pobres y, por tanto, con mayores dificultades para destinar posibles aumentos presupuestarios a actividades propias de la cultura.

Dicha meta ya la habrían cumplido Cuba, España, Portugal, República Dominicana y la República Bolivariana de Venezuela (véase el cuadro 12.1). En cambio, los restantes países tienen un desafío importante al respecto. Para aumentar los recursos públicos destinados a cultura la región debería movilizar en los próximos 8 años poco menos de 10 mil millones de dólares adicionales.¹⁴ Aunque dicha cifra es alta, solo representa un 0.25% de los presupuestos totales actuales (quinta columna del cuadro 12.1), y un 0.09% del PIB (sexta columna). Solo para aquilatar la magnitud real

¹⁴ Sobre la base de la información presupuestaria de 2010 referida al peso del gasto público dentro del PIB. La comparación corresponde al total de recursos esperados al cumplir la meta en 2021 respecto de los recursos observados en 2010 (columna 9 menos columna 1).



de este esfuerzo, considérese que para el presente año el crecimiento regional se estima en un 3.7%: si el incremento necesario de los recursos públicos para cultura se efectuara completamente en 2013, correspondería solo a un 5.9% del crecimiento económico de 2012 (es decir, del total de los recursos adicionales generados dicho año); estimando los ingresos fiscales con una carga tributaria solo de 20% del PIB, los recursos adicionales para cultura representarían el 1.05% de los mismos.

Si se busca cumplir progresivamente la meta y arribar a ésta en unos años más, por ejemplo en 2021, el esfuerzo económico sería relativamente liviano, ya que el solo hecho de mantener la participación del presupuesto cultural como porcentaje del gasto público total y de este último como porcentaje del PIB, supondría un incremento real de recursos a nivel regional de más de 3,600 millones de dólares (columna 8 menos columna 1). Suponiendo un crecimiento promedio anual en la región de 3,1% (en la séptima columna del cuadro 12.1 se encuentran las tasas proyectadas de crecimiento promedio por país) y una mantención del gasto público total como porcentaje del Producto Interno Bruto proyectado, en el transcurso de los próximos 8 años la región requeriría incrementar el nivel de gasto público en cultura en 6,100 millones de dólares, equivalente a un aumento de 3,5% anual como promedio para la región (unos 762 millones de dólares adicionales por año), para llegar, al fin del período, a un presupuesto regional de algo más de 25 mil millones de dólares. Naturalmente, habrá países que requerirán hacer un esfuerzo mayor al promedio, con tasas de crecimiento del presupuesto en cultura que sobrepasan el 20% anual (el Estado Plurinacional de Bolivia, Honduras, Nicaragua y Paraguay). Descontando Brasil y México, los países cuyos presupuestos culturales aún están bajo la meta de 1% del presupuesto público deberían aumentar sus gastos en promedio en 17 millones de dólares cada año (véase nuevamente el cuadro 12.1).

Como puede observarse, en términos regionales y para la mayoría de los países de la región, la meta es factible de alcanzar con esfuerzos relativamente simples para incrementar los presupuestos culturales, que no afectarán mayormente a los presupuestos totales de los países. En los países en que los incrementos suponen una movilización significativa de recursos, siempre escasos, es posible establecer alianzas de cooperación bi- o multilateral que faciliten la identificación de fuentes adicionales de recursos, incluyendo aquellos que se puedan canalizar a través del Fondo Solidario para la Cooperación Cultural, con el compromiso de los países de realizar esfuerzos propios a la par de los esfuerzos internacionales.

Recomendaciones para considerar en las políticas culturales

El potencial que guarda la región para contribuir de manera más significativa al desarrollo económico no puede ser desaprovechado, por lo que el fomento de la cultura y las industrias culturales parece ser una tarea fundamental que requiere un papel más activo de los Estados para generar las condiciones contextuales y políticas de estímulo y regulación para producir bienes y servicios culturales.

Diversos estudios han mostrado que el potencial que guarda la región se ve limitado por diversos factores, siendo principal y fundamental el tema del financiamiento. El problema de escasez de fondos y créditos para solventar proyectos culturales se explica por el riesgo inherente de estas actividades (derivado de la incertidumbre del retorno, la inmaterialidad de sus activos, etc.), el insuficiente desarrollo de los mercados financieros y de fondos de capital de riesgo o “créditos culturales” (Katz, 2006).

En dicho contexto, es fundamental que el Estado asuma un compromiso más importante con el mundo de la cultura. El soporte público puede contribuir a través de becas, créditos con tasas preferenciales, exenciones fiscales y acceso a fondos concursables.

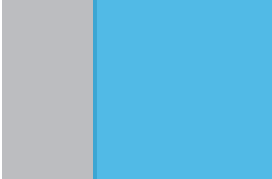
Es necesario también un incremento de la inversión privada directa, a través de promoción comercial, auspicios u otras formas de contratos que busquen compartir beneficios. Además de un aumento de las donaciones privadas y de mayores iniciativas público-privadas.

El financiamiento de la cultura, la participación del Estado y el aumento de los presupuestos públicos en cultura. El problema del financiamiento constituye una de las piedras angulares al momento de diseñar o implementar alguna política, puesto que las restricciones financieras son uno de los principales obstáculos al desarrollo de las industrias creativas en América Latina. El problema de escasez de fondos y créditos para solventar proyectos culturales se explica por el riesgo inherente de estas actividades (derivado de la incertidumbre del retorno, la inmaterialidad de sus activos, etc.), el insuficiente desarrollo de los mercados financieros y de fondos de capital de riesgo o “créditos culturales”, pero también por problemas de comunicación entre los artistas y la contraparte en las instituciones financieras. Existe, como en muchos otros campos relacionados con la creación local de conocimientos científico-tecnológicos, desconfianza, incomunicación y escasez de proyectos de buena calidad que ameriten ser evaluados por su potencial impacto social. En esta línea, políticas de capacitación a pequeños empresarios del sector cultural, mejora en los procedimientos de evaluación contable de sus activos intangibles, acceso a asesores financieros, pueden ayudar a catalizar la obtención de recursos en este sector simplemente desarrollando un poco más de confianza entre los agentes.

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, subdesarrolladas 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 particularmente elevados. Esto es notorio especialmente en el caso de la industria 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 del mercado regional directamente accesible por 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 tenga llegada al público local y regional simultáneamente. Festivales de cine, teatro, música, etc., que busquen la difusión de artistas latinoamericanos en los países vecinos pueden contribuir en este sentido.

Los canales de difusión de distintos sectores de las industrias culturales están a menudo bajo control de grandes grupos del entretenimiento. Esto es particularmente cierto para la industria discográfica y cinematográfica –crecientemente también en el campo editorial– que por su peso pueden imponer a las radios y cadenas de cine un trato preferencial (cuando no exclusivo) para sus productos, durante fechas claves 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.), quienes cumplen un rol sustancial para la diversidad cultural de sus países. Esto es particularmente grave, a raíz del hecho de que el acceso a sus potenciales audiencias es un elemento que determina las posibilidades comerciales. Aunque por lo general esto se puede explicar por razones comerciales (radios y cines exponiendo “lo que la gente quiere”), en muchas ocasiones las exclusiones de “lo local” se negocian bajo condiciones altamente discriminatorias y aprovechando desmedidamente la capacidad de mercado de los grandes actores internacionales. Mejores instituciones de protección de la competencia podrían resultar útiles en este plano. Cuotas mínimas de producción local en las carteleras y la programación radial pueden 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 llenadas por un mismo artista nacional siendo pasado una y otra vez o incluso peor, que esto signifique la estigmatización de artistas nacionales por parte del público. También se deben aplicar, cuando existan, mecanismos de anti-*trust* 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 valorizar 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, la pintura, etc., contribuye a formar un mayor gusto y respeto por estas actividades y conocer un poco mejor la riqueza del patrimonio nacional.

Bastante pertinentes parecen las recomendaciones de algunos expertos que recuerdan la importancia de los eslabones medios de la cadena en la 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 (en capacitación de recursos humanos y financiamiento), alejándose (o complementando) los patrones tradicionales de subsidios a los artistas o intervenciones al nivel de los minoristas, consumidores o difusores (ambos extremos de la cadena) para enfocarse 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, acceso a créditos de inversión o a fondos públicos por concurso.

Pero la creación de incentivos, mecanismos reguladores, diseño de estrategias requieren una mayor movilización de recursos por parte del Estado. Al respecto, la Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura ha propuesto el establecimiento de la meta de destinar al menos un 1% del presupuesto total al gasto público en cultura. Como se mostró en la sección anterior, el aumento paulatino del presupuesto cultural en la mayoría de los países de la región es una estrategia viable que, si se canalizan correctamente los recursos, potenciará el dinamismo del sector, generando sinergias entre la movilización de recursos públicos y el fortalecimiento de la participación privada en sus múltiples formas. Esto traerá beneficios económicos no solo por la vía de la creación de empleos, la progresiva participación de

las industrias locales tanto en los mercados locales, regionales como internacionales y el aumento de la participación de las exportaciones culturales, sino también por la mayor recaudación de impuestos a las utilidades generadas por las empresas del sector.

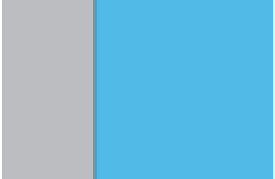
La creación de un Observatorio Iberoamericano de la Cultura. Como se ha mostrado a lo largo de este texto, las estadísticas culturales son incompletas, con metodologías diversas, muchas veces faltas de actualización. Una revisión sistemática de las mismas solo permite construir un mosaico parcial de la situación cultural de la región. Esta situación evidencia la importancia de desarrollar metodologías comunes de construcción y análisis de las estadísticas culturales, que permitan comparar la situación entre países y en distintos momentos del tiempo, lo que permitirá organizar los esfuerzos nacionales tanto en áreas comunes como diferenciadas de acuerdo con la necesidad de desarrollo de cada país. Pero también permitirá orientar los esfuerzos para la construcción y fortalecimiento de un verdadero espacio cultural iberoamericano, que coordine programas de cooperación no solo en el ámbito del monitoreo estadístico de la situación de sector cultural (y todas sus dimensiones) en la región, sino también en el fortalecimiento de programas regionales de fomento de diversas actividades propias de la cultura.

Para esto también es preciso aprovechar la experiencia y cada vez mayor convergencia de las instituciones que se han dedicado a estudiarlo. Esta experiencia e iniciativa debe aprovecharse para transferir y, si es necesario, reformular las actuales metodologías puestas en práctica tanto en los ámbitos nacionales como regionales e internacionales. Al respecto, es necesario acordar qué tipos de fuentes de información, de las múltiples que hoy existen (encuestas, información de finanzas públicas, información contable, estadísticas censales, del mercado de trabajo, de comercio internacional, entre otros), son las que se utilizarán para realizar análisis comparados y cuáles servirán para monitoreos nacionales en profundidad; qué iniciativas de medición es preciso fortalecer y a cuáles hay que otorgar mayor regularidad y frecuencia en el tiempo, así como qué indicadores se considerarán centrales y complementarios, de acuerdo con los diversos objetivos comunes y diferenciados que es necesario establecer para lograr los efectos deseados tanto en los programas nacionales como en los regionales.

El fomento de la colaboración empresarial y la creación de *clusters* culturales y creativos. La cooperación empresarial es fundamental para incrementar la capacidad de experimentar, innovar y crecer con éxito, máxime en un sector como el de las industrias culturales y creativas, con un notable peso de los trabajadores por cuenta propia y *freelancers*. Permite, además, minimizar las asimetrías existentes por las características propias del tejido empresarial, con un predominio de las grandes empresas en las ventas totales.

El fomento a la creación de *clusters* culturales y creativos, donde se agrupen empresas creativas y entidades relacionadas bajo un mismo marco dinámico, supone impulsar la localización de las empresas e instituciones relacionadas en los mismos entornos para favorecer el trabajo en red, promoviendo 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 *net-working*, tales como incubadoras o 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-creativo, con especial atención a los subsectores de las TIC relacionados con industrias culturales y creativas.



Este impulso a la cooperación empresarial no debe olvidar que las intensas sinergias con otros sectores de actividad económica y la capacidad de arrastre de las industrias culturales y creativas motivan y estimulan una mayor colaboración con otros sectores fuera de las industrias culturales y creativas.

Convergencia entre la actividad pública y privada. El fomento del mecenazgo, con incentivos fiscales mayores de los existentes actualmente, es un primer paso para impulsar el incremento de la participación de la sociedad civil en la creación de productos y servicios culturales. Sin embargo, no debe ser el único, con el fin de garantizar la existencia de márgenes de expresión en el área de la creatividad.

El nuevo modelo debe ser un modelo mixto, público-privado, donde se garantice por parte del Estado el acceso a la financiación a aquellos artistas jóvenes, experimentales o minoritarios que pueden tener mayores dificultades para optar al mecenazgo de empresas y ciudadanos. Asimismo, es fundamental activar los mecanismos necesarios para que vaya calando en la sociedad la cultura del mecenazgo de bienes y servicios culturales, una cuestión que requiere tiempo, pero que es clave para el cambio de modelo.

Fomento y apoyo al fortalecimiento de redes ciudadanas de creación y difusión de la cultura. El desarrollo de diversos tipos de iniciativas de “base” para la producción y difusión de diversas expresiones culturales ha permitido iniciar un proceso de liberación del potencial creativo ciudadano. Ejemplo de esto son los puntos de cultura desarrollados en diversos países del Mercosur (véase el recuadro 13.1), así como las iniciativas de micromecenazgo y colaboraciones distribuidas para la realización de actividades y elaboración de diversos productos culturales (véase el recuadro 12.1). Muchas de estas iniciativas ciudadanas además utilizan como plataforma primordial diversos tipos de sitios web y aplicaciones de redes sociales. Este escenario de revitalización ciudadana en la generación de cultura es propicio para que el Estado participe y favorezca la multiplicación de iniciativas de esta índole, que, además de democratizar la producción y el consumo cultural, fortalecen el tejido social, fomentan la creatividad individual y comunitaria y, en definitiva, enriquecen y diversifican las expresiones culturales de los pueblos de Iberoamérica.

Apoyo a los instrumentos de propiedad intelectual. El proceso de convergencia digital del sector de las industrias culturales y creativas ha traído consigo tanto grandes oportunidades como algunos retos en cuanto a los derechos de propiedad intelectual, fundamentalmente, en el ámbito de la comercialización. Al respecto, se necesitan medidas que, al tiempo que exploran el cambio digital, doten de seguridad jurídica a las empresas existentes, propiciando una evolución armoniosa dentro de un plan general de estudio y desarrollo de nuevas formas de propiedad intelectual (por ejemplo, el canon digital o canon por copia privada, el contenido abierto, el contenido libre, las licencias de documentación libre GNU, *copyleft*, Creative Commons o licencia de bienes comunes creativos, entre otros).

El potenciamiento de las industrias culturales y creativas. El sector de las industrias culturales y creativas, como otros, atraviesa un periodo de cambios estructurales, que tienen que ver con la incorporación masiva de los productos y servicios culturales a la digitalización y, dado que el alcance de estos bienes y servicios afecta a la sociedad en su conjunto (tanto en términos económicos como sociales y, por supuesto, culturales), será de vital importancia proponer medidas que contribuyan a un relanzamiento sectorial basado en el tránsito integrador de los diferentes subsectores y áreas de actividad. En este sentido, y como ha ocurrido en los diferentes hitos ligados a transformaciones tecnológicas, la digitalización impulsa la generación de nuevas expresiones jurídicas en términos de propiedad intelectual que abren la puerta a un crecimiento sectorial (Fundación Ideas, 2012).

La modernización de los programas educativos para adaptarlos a la transformación de las industrias culturales y creativas. El mayor nivel de cualificación de los trabajadores del sector de las industrias culturales y creativas tiene que ver con el incremento que, en los últimos años, está experimentando el número de alumnos que finalizan alguna de las enseñanzas relacionadas con las profesiones de la cultura y la creatividad.

Pero este aumento se está produciendo, fundamentalmente, en la formación profesional para el empleo. La tendencia descrita pone de manifiesto la necesidad de revisar y modernizar los programas educativos generales para asociarlos al nuevo modelo de las industrias culturales y creativas, donde lo tecnológico y lo creativo son activos fundamentales, y la parte de gestión, donde la creación/producción y la distribución cobran una importancia vital. La incorporación de una cultura emprendedora y de aprender a aprender en los sistemas educativos tiene una gran importancia en los tiempos actuales.

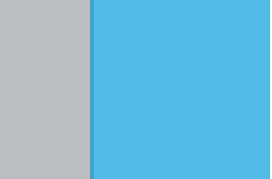
La definición de nuevas especialidades educativas y profesionales, que den respuesta a las nuevas demandas del sector y de la sociedad, tales como la gestión de contenidos o la gestión de derechos de autor, debería estar presente en la agenda de los futuros planes educativos.

Por otro lado, es necesario poner el énfasis en el tratamiento e inserción social de la cultura. En este sentido, las recomendaciones van dirigidas a fomentar una mayor integración de las enseñanzas artísticas y creativas tanto en la educación básica y media como en los estudios superiores.

También es necesario dotar a los profesionales de las habilidades empresariales necesarias para dirigir empresas y, en conjunto, para lograr el desarrollo y la modernización de las industrias culturales y creativas. La ausencia de información sobre los mercados internacionales es uno de los mayores problemas que tienen las empresas en el sector de las industrias culturales y creativas. Pero los conocimientos empresariales son un requisito fundamental para la entrada en el mercado de cualquier emprendedor o nueva empresa. En el sector de las industrias culturales y creativas, el estímulo de las habilidades empresariales es necesario para atender el crecimiento empresarial, la orientación al mercado, los retornos de creatividad, las habilidades de comunicación, el trabajo en red (*networking*), la construcción de equipos y la introducción de las TIC.

De lo local a lo global: hacia la multilocalización cultural. El término “multilocalización cultural” atiende a dos procesos radicalmente diferentes, o bien obedece a una uniformización del gusto (captar público en países tan diferentes solo es posible a partir de un mínimo común denominador, de unas claves estandarizadas donde le sea fácil reconocerse a todo el mundo); o bien obedece a un producto cuya rareza y singularidad necesita recolectar su público entre los pocos escogidos que se reconocen en él en múltiples países. La multilocalización, por tanto, rompe la unidad territorial de la cadena de valor de los productos y servicios culturales.

En este contexto, el futuro de las empresas culturales no multinacionales será, cada vez más, la especialización. Tendrán que buscar un nicho de negocios donde sean competitivas a nivel internacional y deberán tener capacidad de captación de clientes a escala europea, si no mundial. Asimismo es necesario impulsar una mayor participación de las empresas del sector, y en especial las MIPYMES, en los principales canales internacionales de distribución.



Finalmente, se precisa elaborar una estrategia coordinada y a largo plazo en materia de promoción y expansión del español y del portugués y de la cultura latina en el exterior, que combine la promoción de artistas luso- e hispano-parlantes con el aprendizaje del idioma, y de todos los bienes y servicios relacionados. Pero esta estrategia debe ir complementada a la vez con el fomento de las expresiones artísticas y culturales en las lenguas autóctonas de la región, preservando así la diversidad de manifestaciones locales y potenciando su desarrollo y difusión.

• **Recuadro 12.1. Los Pontos de Cultura**

La iniciativa Pontos de Cultura surgió en Brasil como parte de la acción prioritaria y punto de articulación de las demás actividades del programa Cultura Viva. Este último, tiene entre sus objetivos ampliar y garantizar el acceso a los medios de disfrute, producción y difusión cultural, mediante la promoción de pactos entre los actores gubernamentales y no gubernamentales y las comunidades.

Los Pontos de Cultura se reconocen como “toda organización, asociación o agrupación artística sin fines de lucro de la sociedad civil, que desarrolle y/o promueva iniciativas en los más diversos campos, tomando el arte como herramienta principal para el desarrollo de capacidades en las personas y como generador de cambios en el entorno de sus comunidades para contribuir a una mejor calidad de vida” y son apoyados financiera e institucionalmente por el Estado. Los Pontos de Cultura son unidades básicas nodales que no tienen un modelo técnico de gestión, instalaciones físicas, de programación o actividades, pero que tienen en común el objetivo de llevar desarrollo a sus entornos comunitarios a través del arte. Los Pontos de Cultura se articulan en una amplia red de intercambio, reconocimiento y socialización de experiencias.

En el caso de Brasil los puntos están ligados a diferentes redes –municipales, estatales o a nivel federal–, y sus participantes realizan regularmente encuentros sectoriales que definen la gestión compartida del programa Cultura Viva y de los Pontos de Cultura entre poder público y sociedad civil, por medio de foros, redes (encuentros nacionales y regionales), y de las reuniones de la Comisión Nacional de los Pontos de Cultura.

Hasta 2009, fueron invertidos en el programa Cultura Viva 367.5 millones de reales en 8,987 iniciativas (proyectos) en todo Brasil, donde 65 millones de reales fueron destinados a la creación de 1,084 nuevos Pontos de Cultura. En abril de 2010 los Pontos de Cultura sumaban 3,500, y para el presente año se proyectaban en total algo menos de 3,900 puntos.

Durante 2009, el Mercosur desarrolló un anteproyecto de norma que dispone sobre la institución del Programa Pontos de Cultura en sus países miembros, bajo la idea de que estos logren insertarse en la política pública de los países. Actualmente, Perú y Argentina ya se encuentran trabajando en la implementación de esta iniciativa.

Fuentes: Red Latinoamericana de Arte para la Transformación Social, *Hacia un proyecto de ley de regionalización de los puntos de cultura*. Disponible en: http://www.artetransformador.net/sitio/images/biblio/pontos_de_cultura.pdf; Cultura Viva: Propostas de ação: Resumo dos grupos de trabalho (sin fecha): disponible en http://www.artetransformador.net/sitio/images/biblio/propuestas_cultura_viva_pontos_de_cultura.pdf; Comissão Nacional dos Pontos de Cultura: <http://pontosdecultura.org.br/>, <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/pontos-de-red/> y <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/wp-content/uploads/2012/03/Apresentacao-cultura-viva-2012-site.pdf>; Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/>; Pontos de Cultura, Perú: <http://pontosdecultura.pe/>.

AVANZAR
EN LA CONSTRUCCIÓN
DE UN ESPACIO
CULTURAL COMPARTIDO

Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana

Bibliografía

ADAI (2010). Informe Anual de Iberarchivos (Programa ADAI). Disponible en: <http://segib.org/programas/files/2010/02/INFORME-ANUAL-ADAI-2010.pdf>

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Sudamericana. Buenos Aires.

Banco Interamericano de Desarrollo (2007). Un Análisis de la Contribución Económica de la Cultura.

Barbero, J. M. (2005). Cultura y medios de comunicación. En *Cultura y sustentabilidad en Iberoamérica*. Temas de Iberoamérica. OEI y Fundación Interarts. Madrid.

Batista Lorenzo, M. (1997). El financiamiento de la cultura y de las políticas culturales. En *La economía de la cultura iberoamericana*. Batista, Canclini y Ottone, Fundación CEDEAL, OEI. Madrid.

Benítez Aranda, S. (2008). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. En *Revista Cultura y Desarrollo* n.º6, Unesco.

BSA/IDC (2011). Eight Annual BSA Global Software. 2010 Piracy Study. Business Software Alliance (BSA), IDC.

Carrasco Arroyo, S. (2006). Medir la cultura: una tarea inacabada. *Periférica* n.º7, Departamento de Economía aplicada, Universidad de Valencia, Unidad de Investigación de Economía de la Cultura. Valencia.

CEPAL (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.

CEPAL (2010). Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información. Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. Lima, 21 a 23 de noviembre de 2010.

CERLALC/GIE (2008). El espacio iberoamericano del libro 2008. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (CERLALC) y Fundación Grupo Iberoamericano de Editores (GIE). Impreso en São Paulo.

CNCA (2010). Cuenta Satélite de la Cultura en Chile 2007-2010. Seminario Cuenta Satélite de Cultura, 10-11 de febrero de 2010, Uruguay.

ComScore (2010). Situación de Internet en Latinoamérica (State of Internet-SOI LatAm).

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Convenio Andrés Bello (2003). Impacto Económico de la Cultura en la Economía Chilena. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Cuche, D. (2002). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión. Buenos Aires.

DANE. Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC). Colección Documentos n.º 43. Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales (DSCN), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), Gobierno de Colombia.

Duran 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.

Eurostat (2011). Culture Statistics. Publication Office of the European Union. Luxemburgo.

Fundación Ideas (2012). Las industrias culturales y creativas: un sector clave de la nueva economía. Informe mayo de 2012. Madrid.

García Canclini, N. (1997). La cultura iberoamericana: de la producción al consumo. En *La economía de la cultura iberoamericana*. Batista, Canclini y Ottone, Fundación CEDEAL, OEI. Madrid.

García Canclini, N. (2001a). Las industrias culturales en la crisis del desarrollo de América Latina. En *Encuentros*. Centro Cultural del BID. Washington D.C.

García Canclini, N. (2001b). Por qué legislar sobre industrias culturales. En *Nueva Sociedad* n.º 175.

García Delgado, J. L. Alonso, J. A. y Jiménez, J. C. (2008). *Economía del español. Una introducción*. Segunda edición ampliada. Serie valor económico del español: una empresa multinacional. Ariel, Fundación Telefónica.

Garretón, M. A. *El espacio cultural latinoamericano revisitado*. En Linda Rubin y Nadja Miranda (Orgs.), *Transversalidades da cultura*. Salvador de Bahía: EDUFBA, 2008, p. 46.

Getino, O. (2000). Las industrias culturales del Mercosur. Observatorio Industrias Culturales. Buenos Aires.

Güell, Pedro (2008). ¿Qué se dice cuando se dice cultura? Notas sobre el nombre de un problema. En *Revista de Sociología* n.º 22, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Santiago de Chile.



Herrera, C. (2001). El capital cultural y su impacto en el desarrollo. En Encuentros. Conferencias sobre Cultura y Desarrollo. Centro Cultural del BID. Washington D.C.

Iberbibliotecas (2010). Informe anual programa adscrito SEGIB 2010: Programa Iberoamericano de Cooperación en materia de Bibliotecas Públicas (PICBIC). En: <http://segib.org/programas/files/2010/01/informe-anual-picbip.pdf>

Ibermedia (2009). Informe anual 2009 Ibermedia. Disponible en: <http://segib.org/programas/files/2010/01/informe-anual-2009-ibermedia-.pdf>

Ibermuseos (2010). Informe Ibermuseos 2010. Disponible en: http://segib.org/programas/files/2010/01/Informe_Ibermuseos_2010.pdf

Iberescena (2010) Informe anual del programa, iniciativa o proyecto adscrito 2010. Disponible en: <http://segib.org/programas/files/2010/01/Informe-IBERESCENA-2010.pdf>

IFPI (2012). Reporte sobre la música digital 2012. Mayores opciones y expansión global.

Instituto de Estadísticas de Unesco. Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco – 2009. Montreal: Unesco, 2009.

Jiménez, J. C. y Narbona, A. (2011). *El español en los flujos económicos internacionales. Un instrumento de la internacionalización empresarial.* Serie valor económico del español: una empresa multinacional. Ariel, Fundación Telefónica.

Katz, J. (2006). *Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva latinoamericana.* CEPAL, EUROPE AID, Naciones Unidas. Santiago de Chile.

Kliksberg, B. (2004). ¿Por qué es clave la cultura para el desarrollo? En *Revista Reforma y Democracia* n.º 29. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Venezuela.

Mercosur (2008). *Nosotros y los otros. El comercio exterior de bienes culturales en América del Sur.* Mercosur Cultural. Buenos Aires.

Mercosur (2006). *Cuenta Satélite de Cultura: primeros pasos hacia su construcción en el Mercosur Cultural.* Mercosur Cultural. Buenos Aires.

Ministerio de Cultura de Colombia y Convenio Andrés Bello (2003). Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

Ministerio de Cultura de España (2011). Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de Resultados 2000-2009. Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica y División de Estadísticas Culturales.

Montalvo, G. (2011). *Economía de la cultura: la relación entre cultura, economía y ¿desarrollo? La información estadística y económica como estrategia.*

Moreno, F. y Otero, J. (2007). *Atlas de la lengua española en el mundo.* Serie valor económico del español: una empresa multinacional. Ariel, Fundación Telefónica.

National Endowment for the Arts (2011). Arts and the GDP. NEA Research Note #104.

OCDE (2008) Factbook: Economic, Environmental and Social Statistics.

OEI (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.

OMPI (2003). *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor.* Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Ginebra.

Ortiz, R. (2005). *El contexto mundial y el iberoamericano, en cultura y sustentabilidad en iberoamérica.* Temas de Iberoamérica. OEI y Fundación Interarts. Madrid.

Palma, L.A. y Aguado, L. F. (2010). Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la cultura. En *Revista de Economía Institucional* vol. 12, n.º 22. Universidad Externado de Colombia.

Peres, W. y Hilbert, M. (2009). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe. Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo.* CEPAL, Naciones Unidas. Santiago de Chile.

PNUD (2004). *La libertad cultural en el mundo diverso de hoy.* Disponible en: hdr.undp.org/en/media/hdr04_sp_overview.pdf.

Quartesan, A., Romis, M., Lanzafame, F. (2007). *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades.* Banco Interamericano de Desarrollo.

Rausell, P. (Dir.) y Abeledo, R. (Coord.) (2012). La cultura como factor de innovación económica y social. Informe presentado en la conferencia final de Sostenuto. Econcult, Universidad de Valencia. Valencia.

Santos Redondo, M. (2011). *Economía de las industrias culturales en español.* Serie valor económico del español: una empresa multinacional. Ariel, Fundación Telefónica.

SEGIB/OEI (2006). Carta Cultural Iberoamericana. XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, Montevideo, Uruguay, 4 y 5 de noviembre de 2006.

SEGIB/UNWTO (2010). Turismo en Iberoamérica. Panorama actual. Edición 2010.



SEGIB (2011). Informe de la Cooperación Sur-Sur en Iberoamérica 2011. Estudios SEGIB n.º 6. Madrid.

SINGH. V. (2001). *Economic Contribution of Culture in Canada*. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics Division. Ottawa.

Trylesinki, F. y Usuaga, C. (2010). Cuenta Satélite de Cultura: revisión de experiencias internacionales y reflexiones para su elaboración. En *Quantum*, vol. V, n.º 1.

Toledo, S. y B. (2006). La cultura latinoamericana debe seguir tomando conciencia de sí misma. Artículo disponible en: <http://www.ellatinoamericano.net/articulos/cultura/cultura031.htm>

Unesco (2001). Declaración Universal de la Diversidad Cultural.

Unesco (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).

Unesco (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco (MEC) 2009. Instituto de Estadística de la Unesco. Montreal.

Unesco (2010). *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. Informe mundial de la Unesco. París.

Universidad San Martín de Porres y Convenio Andrés Bello (2005). *Impacto económico de la cultura en Perú*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

Encuestas de consumo cultural y estadísticas culturales de los países:

Argentina

Secretaría de Medios de Comunicación de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Presidencia de la Nación (2006). Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC). Buenos Aires.

SINCA (2012). Mapa Cultural de la Argentina. Indicadores culturales. Sistema de Información Cultural de la Argentina.

Brasil

FUNARTE (2009). Cultura em números. Anuário de Estatísticas Culturais 2009. Ministério da Cultura. Brasília.

Colombia

DANE (2008). Encuesta de Consumo Cultura (EC). Estadísticas. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), Gobierno de Colombia.

Chile

CNCA (2009). Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC). Ediciones Cultura. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), Gobierno de Chile. Valparaíso.

INE (2011). Cultura y Tiempo Libre. Informe Anual 2010.

Cuba

ONE (2010). Anuario Estadístico de Cuba 2010. Cultura. Oficina Nacional de Estadísticas, República de Cuba.

España

Ministerio de Cultura (2011). Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010-2011. Síntesis de resultados. Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica y División de Estadísticas Culturales.

Ministerio de Cultura (2011). Anuario de Estadísticas Culturales 2011. Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica y División de Estadísticas Culturales.

México

CONACULTA (2007). Diagnóstico de Infraestructura Cultural. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

CONACULTA (2010). Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Portugal

OAC (2010). Estatísticas Culturais. Observatório das Actividades Culturais (OAC). Ministério da Cultura. Portugal.

Uruguay

Dominzain, Rapetti y Radakovich (2009). Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento cultural. Uruguay 2009. Observatorio Universitario de Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República, Ministerio de Educación y Cultura.

Bases de datos

European Audiovisual Observatory

Latinobarómetro

Unesco-UIS. Base de datos sobre cultura y comunicación.

Sitios web institucionales

http://ec.europa.eu/culture/key-documents/economy-of-culture-in-europe_en.htm

<http://www.cerlalc.org/>

<http://www.convenioandresbello.org/>

<http://www.fundacion.telefonica.com/>

<http://www.fundacionbancosantander.com/>

<http://www.ifpi.org/>

<http://www.ilam.org/>

<http://www.luchacontralapirateria.com/>

<http://www.oas.org/es/>

<http://www.odai.org/>

<http://www.oei.es/index.php>

<http://www.segib.org/>

<http://www.sinca.cultura.gov.ar/> (sistema de información cultural de Argentina –SinCA–)

<http://www.unesco.org/>

<http://www.wipo.int/portal/index.html.es> (OMPI)



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

Diseño y maquetación: Cálamo&Cran (Miguel Rivavelarde)

Edición y corrección: Cálamo&Cran

Impresión: Grafilia

Impreso en agosto de 2012

ISBN:

Depósito Legal:

