



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA**



T E S I S

CON EL TÍTULO DE

EL CONSUMO CULTURAL EN MÉXICO

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA

LESLY YITSEL IRETA PÉREZ

NOMBRE DEL ASESOR

ROSA MARÍA GARCÍA TORRES

México, D.F.

Mayo de 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende hacer un análisis respecto al Sector Cultural en nuestro país y sus alcances económicos.

La Economía de la Cultura es un tema poco abordado y aterrizado en el caso de México, hecho que motivó la presente investigación. Ésta arrojó cifras interesantes sobre la potencialidad del sector cultural en las nuevas estructuras comerciales fortalecidas con la globalización y las tecnologías de la información.

Todo lo anterior se hizo con la intención de presentar el panorama actual y dejar abierta la discusión para estudios posteriores, tratando de recopilar la información necesaria para presentar propuestas serias y demostrar, en la medida de lo posible, la viabilidad que este sector tiene.

Por todo lo mencionado, toda la investigación que se presenta en este texto se realizó alrededor de la hipótesis que enuncia que el sector cultural representa una alternativa para impulsar el crecimiento económico en México, dado que es un país con potencialidad en el área.

Se persiguió realizar, tras cada capítulo, un análisis de carácter económico que permitirá exponer las oportunidades, retos y potencialidades que el sector encarna. Para lograr esto tuvieron que diseñarse objetivos más específicos que sirvieran como herramientas para la comprobación de nuestra hipótesis inicial.

De inicio lo más importante fue abordar la importancia del sector cultural en la economía actual, de dicha forma la justificación del trabajo quedaba expuesta desde el primer capítulo. En siguiente instancia y antes de proseguir con el resto del análisis era importante exponer la situación actual del consumo cultural y sus problemáticas estadísticas y de contabilización que, desde ese momento, representaban una limitante para un estudio del tema.

Posteriormente, se realizó la descripción de los elementos que componen la oferta cultural existente en nuestro país, con el objetivo de demostrar la fortaleza que la República Mexicana posee en esta actividad, ahora bien, tratando de analizar de manera poco más

profunda la forma en que esta potencialidad puede llegar a ser útil para su aprovechamiento se expuso el marco normativo de la cultura implementado en México y su eficacia como herramienta de aprovechamiento de la oferta cultural.

Para finalizar el estudio y concluir todo lo expuesto se presenta un análisis de las problemáticas que limitan al consumo cultural en México y las áreas de oportunidad que podrían impulsarlo.

Todo el estudio que a continuación se presenta buscó, de alguna manera, compilar los aspectos más importantes del sector, sin embargo es perfectible en muchos sentidos, evidentemente, el área da para muchos más análisis, algunos más especializados, sin embargo, dada la escasez de estudios previos la necesidad de realizar éste con un carácter más general era ineludible.

1. CONSUMO Y CULTURA

*El panorama que ofrece la economía hoy en día es el siguiente:
de un lado tenemos una teoría muy desarrollada sin hechos que la corroboren,
y del otro lado tenemos una inmensa cantidad de datos sin una teoría que los integre.
Por consiguiente, cada día se hace más urgente llenar los huecos que
presenta la teoría económica con los correspondientes datos empíricos.
Leontief Wassily, **Análisis Económico Input-Output, 1975***

Son numerosas las teorías que se han dedicado a explicar el interesante fenómeno del consumo y el papel que juega en el sistema económico, social y político reinante, así como la trascendencia que tiene en el desarrollo del individuo, no importando su cultura, sexo o edad.

Resulta necesario asimilar el hecho de que, como seres humanos, somos seres consumistas, en su acepción más literal. Todos consumimos porque de ello depende nuestra existencia, la diferencia en los sistemas de vida actual, radica en que la selección de los bienes y servicios a consumir ha cambiado y depende de diversos factores que las teorías psicológicas, mercadológicas y económicas se han preocupado por develar.

En la teoría económica existen diversas corrientes que analizan el entorno económico mediante diferentes ejes, una de ellas es la desarrollada por el economista John Maynard Keynes, cuyas ideas principales parten del estudio de la demanda agregada y sus relaciones con el nivel de empleo y el ingreso. A esta corriente de estudio se le conoce como Keynesianismo. La mencionada teoría económica buscó la explicación de los hechos que atañen a la economía real, aquella que se puede palpar todos los días en nuestra labor cotidiana, y una de sus principales aportaciones para la macroeconomía fue el estudio del consumo, los efectos económicos que implica, las causas y orígenes del mismo y su estrecha relación con otras variables económicas.

Actualmente una de las variables macroeconómicas más importantes y usadas para medir el comportamiento y crecimiento de una economía es el Producto Interno Bruto. Si consideramos la siguiente fórmula:

$$\text{PIB} = C^1 + I + G + \underbrace{X - M}_{\text{Balanza Comercial}}$$

¹ Se expone una importancia específica como factor que compone el Producto, mismo que incluye el consumo de las familias y de las empresas. Por su parte la variable del gobierno incluye el gasto en inversión del gobierno así como su gasto en consumo.

Donde:

C= Consumo

I= Inversión

G= Gobierno

X= Exportaciones

M= Importaciones

} Balanza Comercial

En una economía como la mexicana, donde la Inversión respecto al Consumo es escasa y la Balanza Comercial presenta saldos deficitarios tenemos que dentro de la fórmula del PIB el consumo es el factor más dinámico. Según el modelo económico que en la actualidad sigue nuestro país el consumo y las exportaciones son los verdaderos motores de la economía nacional, y en términos reales lo resulta más el primero que el segundo.

Según la teoría keynesiana el consumo es capaz de incentivar mayores niveles de producción para tener la capacidad de satisfacer la demanda en la mayor medida de lo posible, aquel remanente que sea incapaz de cubrirse puede compensarse con consumo del exterior, vía importaciones.

En épocas de auge económico el consumo es uno de los principales indicadores que nos indican la agilidad y dimensión del crecimiento. Cuando el consumo comienza a decaer se indica de inmediato que se está frente a un periodo recesivo y viceversa, en épocas de bonanza es el consumo el que más tiende a dispararse a la alza.

Bajo estos preceptos iniciales podemos llegar a la aseveración lógica de que el consumo es una variable económica importante *per se*, que, de ser bien utilizada es capaz de fomentar la creación y fortalecimiento de la industria nacional, misma que contaría con un mercado interno de consumo asegurado, en la medida de lo posible.

Ahora bien, ¿en que se consume? Numerosas pueden ser las respuestas, y una de ellas es en cultura. Si bien, en épocas de crisis resulta banal la idea de consumir en cultura, el

hecho es una realidad. Para aquellos a los que el término de *consumir cultura* les parezca extraño, se debe, quizá a un problema de fondo que se origina en la comprensión del concepto de cultura.

Durante los últimos años el consumo y comercio internacional de bienes y servicios ha crecido a pasos agigantados y *el caso de los bienes culturales no es la excepción de este nuevo patrón de comercio, consumo y producción*². La globalización ha alcanzado a la producción y ventas de las industrias culturales, siendo dominada, como el resto del comercio, por un pequeño grupo de países, en su mayoría industrializados que tratan de occidentalizar al mundo y venderles su propia cultura o una cultura homogeneizada.

Resulta importante, en la actualidad, más que en otras ocasiones, el preservar y fomentar el consumo de nuestra propia cultura, misma que, lejos de traernos solo satisfacciones nacionalistas, pueden ser un camino alternativo en el proceso de inserción mundial y una opción de producción interna que estimule, junto con el consumo, el crecimiento sustentable de un país que decida apostarle a la cultura.

Es importante mencionar que la relación conceptual entre cultura y economía data de tiempos recientes, cuando, por efectos de la globalización sectores en las economías, antes poco explotados, inician un periodo de auge. En el caso de la cultura ha surgido un nuevo enfoque que hoy diversos autores denominan como el Sector Económico de la Cultura.

1.1 UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE CULTURA

La etimología de una palabra puede explicarnos el significado de la misma en sus albores y su evolución conjunta con el progreso de la civilización humana. La palabra cultura proviene del latín *cultus*, que a su vez proviene de la voz *colere* cuyo significado es cuidado del campo o del ganado³. Conforme avanzó el tiempo, entrado el siglo XIII dicho término era utilizado para nombrar a una parcela de tierra cultivada; no fue sino hasta 200 o 300 años más tarde, que dicha acepción se modificó para entender por dicha palabra al

² Youngelson-Neal. *International economics: an introduction*. Ed. Kendall Hunt Pub Co.2006

³ Cuche, Denys, "La noción de la cultura de las ciencias sociales", Ed. Nueva Visión, Brasil, 1999, pp.9-12.

estado de una cosa, al de la acción, es decir al proceso de cultivo de la tierra o del cuidado del ganado⁴. Ya para mitades del siglo XVI comenzó a entenderse a este concepto como algo metafórico que se refería, básicamente al cultivo de alguna facultad personal, aunque fue hasta el siglo XVII que este concepto comenzó a aparecer en ciertos textos académicos, teniendo un mayor auge en el siglo siguiente con la aparición de “La Ilustración”, en donde el sentido metafórico cobró auge, entendiéndose que el proceso de cultivo se refería a una formación de la mente⁵.

Ese fue el origen de la concepción de la palabra cultura relacionada con la mente y la civilidad humana, es por ello que en su concepción actualmente aceptada se define a la cultura, en uno de sus múltiples sentidos, como *“El conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”*⁶

Desafortunadamente, la existencia de numerosos tabúes que giran en torno al concepto de cultura merman en el entendimiento conceptual de la misma, por ejemplo, tenemos la vieja ideología que relaciona a la cultura con conocimientos y experiencias reservados para una clase social alta, tales como la asistencia a óperas, el goce de cierto tipo de música y la visita a determinado tipo de eventos que requieren de cierta posición económica.

Lo anterior es una falsedad. Si bien el arte más conservador que gusta de la apreciación del arte más clásico es cultura, también lo es la de aquella persona que disfrute de gustos más populares.

La cultura se enriquece y modifica conforme avanza la civilización y va adaptándose a las variaciones sociales así como a las económicas; va cambiando junto con nuestro entorno, actualmente, con el internet, las redes sociales, la telefonía móvil, por poner algunos ejemplos, se han incorporado nuevos factores a la cultura de nuestra época, así como en

⁴ Este ejemplo se encuentra reflejado en el español de nuestros días en los vocablos agricultura, apicultura, silvicultura, etc.

⁵ *“La cultura es un fenómeno distintivo de los seres humanos, que los coloca en una posición diferente a la del resto de los animales”* Jean Jaques Rousseau

⁶ Diccionario de la Real Academia Española, 23ª Edición. Disponible en <http://buscon.rae.es/drae/>. Consultado febrero 10 de 2010.

su momento la música de Mozart o el uso de grandes vestidos llenos de holanes fueron parte del medio cultural de otro momento histórico.

En síntesis, nunca es estática, a cada momento que avanzamos como humanidad vamos incorporando nuevos pensamientos y hechos que modifican la concepción cultural a cada momento, es parte de todo nuestro desarrollo como raza humana, tanto en el aspecto intelectual como artístico.

La humanidad a lo largo de su historia ha construido un bagaje cultural importante que a la fecha nos ha proporcionado una identidad y un pasado común entre todos los seres humanos, independientemente de la raza, idioma o género. El arte y la cultura son idiomas universales que nos unen como un todo.

Todas estas aportaciones las constituyen un cúmulo de objetos tangibles como son las pirámides de Egipto, la Torre Eiffel, el Coliseo Romano, la Gran Muralla China, la Ciudad de Machu Picchu, las pirámides de Teotihuacán o siendo más recientes el edificio Rockefeller, los rascacielos de Hong Kong y otras tantas que, aunque son menos tangibles, siguen siendo palpables, tales como las obras de Shakespeare, los ensayos de Molière, las enseñanzas de Confucio, los conocimientos de herbolaria egipcios y hasta los best seller de Dan Brown, sin embargo, también se tienen aportaciones intangibles como las lenguas que dieron origen a numerosos idiomas en la actualidad, como es el caso del latín, así como festividades, creencias religiosas o filosofías urbanas.

La cultura es dinámica y sumamente vulnerable a los cambios en el entorno. Las transformaciones y cambios de un sistema productivo económico a otro han sido bruscas, otras apenas perceptibles, a pesar de esto la cultura ha tenido que modificarse para seguir teniendo cabida como medio de expresión y parte de la vida de todo ser humano. En la actualidad, y como se irá analizando, ha encontrado su símil en el entretenimiento y ocio, que a la fecha la sigue manteniendo vigente como un espejo de la sociedad en la que se desenvuelve.

Con lo anterior no se pretende insinuar que a la fecha el único tipo de cultura que se consume es la relacionada con el esparcimiento, aun sigue existiendo el consumo de cultura vía patrimonio cultural, sin embargo, ambas tienen la misma validez en términos reales, porque en ninguna de estas formas deja de hacerse consumo cultural, e incluso,

éste tipo de consumo más comercial facilita la comprensión de los movimientos en el mercado de la cultura (si es que existe uno como tal). Como se mencionó, la cultura abarca más conceptos de los que imaginamos, lo que podemos ver que varía es las vías mediante las cuales se consume y se introduce en la sociedad.

1.2 CONCEPTO DE CONSUMO

Desde los albores del estudio de la economía el consumo y sus procesos siempre han sido pieza clave, presentándose como protagonista o factor determinante en numerosas corrientes del pensamiento económico así como de otras áreas de estudio de las ciencias sociales.

La palabra consumo proviene del latín **consumere**, que en su concepción más aproximada significa gastar o destruir. Según el diccionario de la real academia española, en la actualidad, consumir se define como: destruir, extinguir; utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos; gastar energía o un producto energético; desazonar, apurar, afligir, a grandes rasgos.⁷

Por ejemplo, visto desde un punto de vista sociológico el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos.⁸

Ahora bien, en términos económicos el consumo constituye la etapa final del proceso económico, es el destino de los bienes y servicios que han pasado por la esfera productiva y distributiva hasta llegar con sus consumidores “*finales*” a los que les proporciona una utilidad o satisfacción.

El consumo ha sido estudiado en diferentes corrientes, como Marx y Keynes. Según Marx los bienes pueden clasificarse según el tiempo que tarden en consumirse, es decir, el tiempo en que tarden en transferir su valor. En este punto comenzamos a observar una

⁷ Diccionario de la Real Academia Española, 23ª Edición. Disponible en <http://buscon.rae.es/draef/>. Consultado febrero 10 de 2010.

⁸ García-Canclini. *El consumo cultural en México*, Ed. CONACULTA, México, 1993.

participación importante del acto de consumir, mostrando que el consumo se da tanto en agentes económicos como en factores productivos.

Keynes hace un planteamiento del consumo, colocándolo como un factor determinante de la hoy llamada Teoría Keynesiana planteada en el texto de Teoría General del empleo, el interés y el dinero, publicado en 1936 como réplica a las controversias surgidas por la Depresión de los años 30's. En este texto se realiza una diferenciación entre el consumo privado y el consumo público, el primero se representa a la adquisición de bienes y servicios por parte de las familias o empresas privadas, mientras que el segundo se refiere a las compras o gastos de la administración pública. El concepto habla sobre la adquisición de bienes y servicios de cualquier agente económico que tenga como objetivo satisfacer alguna necesidad física o productiva y puede realizarse en cualquiera de las esferas económicas (productivas, distributivas, etc.) a través de bienes o servicios.

El concepto del consumo es un tópico de importancia en los estudios económicos, es un factor dinámico que impulsa a la economía en general, incentiva la producción y sirve como un termómetro común para inferir la situación económica vigente, misma que encuentra su reflejo en la agilidad o lentitud con la que se presente el consumo, por ello será importante analizar el papel que desempeña un cierto tipo de consumo: el cultural. Este tipo de consumo ha sido históricamente dejado a un lado por la visión económica que en ocasiones prefiere denominarlo en un apartado especial, en otras decide manejarlo como una excepción y en otras lo consideran tan banal que omiten incluirlo en su análisis.

1.3 EL CONSUMO Y LA CULTURA, UNA PAREJA EN HECHOS.

El estudio de la cultura y su uso como herramienta política es tan antigua como la historia de las civilizaciones tomando importancia en la esfera pública en el siglo XVIII con la presencia de los foucaultianos que argumentaban su uso como una herramienta del gobierno; a la economía por su parte se le considera una ciencia un tanto más joven. Con el paso de los años y la evolución de las expresiones culturales y de modelos de producción económicos la relación entre ambos se modificó. Recientemente, los estudios enfocados a esta relación han cobrado importancia a nivel mundial. En numerosas universidades europeas el estudio de la Economía de la Cultura es eje central de

investigaciones y publicaciones, algunos países de Latinoamérica como Argentina han ido a la vanguardia dentro de este “nuevo” campo de estudio. En México, el análisis se ha dado más de corte antropológico que económico, sin embargo, economistas actuales como Enrique Piedras Fera, han intentado aportar sus conocimientos al área de la cultura.

Uno de los primeros economistas visionarios que comenzó a darle un peso especial a este tipo de consumo fue John Maynard Keynes, mismo que en su conferencia titulada “Perspectivas económicas para nuestros nietos”⁹ realizó una separación de las necesidades humanas según el grado de importancia físico y psicológico que cada una posee. Keynes dividió las necesidades en absolutas, que se refieren a las necesidades más básicas y físicas del hombre, que representan una urgencia por cubrir, y en necesidades relativas, que se refieren a aquellas que representan un deseo de superioridad comparativa, son insaciables puesto que se incrementan conforme aumenta nuestro ingreso y se basan en la percepción del placer. Ahora bien, el placer se considera el corazón de la atracción cultural, por lo que los bienes culturales se encontrarían, sin duda, en este tipo de necesidades humanas, según la clasificación de este economista.

Estas necesidades pueden satisfacerse a partir de dos tipos de ofertas culturales, la primera vía consumo y/o adquisición de productos culturales de corte patrimonial y la segunda vía utilización de los productos y servicios culturales generados por la industria cultural y en algunos casos de entretenimiento. Ambas se profundizarán en el siguiente capítulo.

Si reflexionamos un poco, el consumo cultural representa una competencia figurada por superación del prójimo y de las propias condiciones humanas del individuo, dado el valor simbólico de los bienes culturales; por lo tanto es por si mismo un objetivo económico, típico del homo oeconomicus¹⁰ que predomina en esta época y que no ha sido lo suficientemente explotado ni estudiado por los especialistas en la materia económica.

⁹ Conferencia expuesta en 1930, citada por: Rabilotta, Alberto, “Economía: de sangrías, cebas y decrecimiento”, Diciembre de 2010. Disponible en: <http://alainet.org/active/43121&lang=pt%3Cfont%20color=>, consultado Enero 12 de 2011.

¹⁰ Tolila, Paul, “Economía y cultura”, México, Ed. CONACULTA-SER, 2007, Pp. 40.

Uno de los principales impulsos que han fomentado los estudios relativos al tema lo ha constituido la discriminación que sufre el sector cultural por parte de sus áreas presupuestales correspondientes. Este sector es, sin duda el que resulta más duramente golpeado en el momento de los recortes al gasto ya que por error se le presenta como un área ociosa o poco rentable. Esta última afirmación es el objetivo principal del estudio de esta rama, comprobar que lejos de ser ociosa y poco productiva, constituye en si un sector con mucho potencial y de suma importancia para la economía, la discriminación a este sector ha tenido un auge en el siglo XXI en ciertas partes del mundo sobre todo por la constante búsqueda de la obtención de ganancias en la que casi todas las industrias se encuentran inmersas. El demostrar que esta área sumida en el abandono económico significa una oportunidad importante en términos monetarios que ya ha sido utilizada y comprobada por diversos países alrededor del mundo que se han decidido por apostarle a la cultura.

Este es el caso de países de primer Mundo, en los que la conciencia de la importancia del sector es trascendente y se le considera a la cultura como parte de la Masa de Capital. Para fines que expongan un claro ejemplo podemos mencionar a Francia; este país europeo constituye una clara muestra de los beneficios que trae consigo utilizar la cultura, como un medio de diferenciación en una economía globalizada, que ha logrado homogeneizar a otras numerosas culturas. Los efectos que ha traído consigo el fenómeno de homogeneización están volviéndose un ícono de la sociedad actual.

En el nuevo orden mundial de relaciones globalizadas existe la necesidad de insertarse en una economía supranacional, pero para ello se requiere reestructurarse como nación. Cada espacio geográfico precisa construir una imagen que la diferencie de los demás, con la intención de revaluarse respecto al exterior y de esta forma tener la posibilidad de implantarse en la estructura internacional. La cultura, puede ser una herramienta clave para este objetivo.

El proceso denominado “occidentalización” ha traído consigo numerosas facilidades para la creación de mercados mundiales y la unificación comercial y cultural de países que se encuentran en polos opuestos del planeta o, en algunos otros casos, ha creado puentes de coincidencia en naciones con disputas de antaño. Por esa parte resulta destacable la importancia y trascendencia de cierto grado de homogenización en el proceso de generar

espacios de convergencia que unifiquen al mundo como un todo y creen la conciencia de una cultura global de la humanidad, es decir que no importando que se sea japonés, ecuatoriano o ruso, se tenga la conciencia de que todos formamos parte de esa misma cultura humana.

Es de conocimiento común que durante los últimos años la globalización ha ido en incremento, asimismo tenemos la integración regional y con ella la exposición de culturas anteriormente poco conocidas que han causado un incremento en la difusión de las culturas populares. Este fenómeno ha contribuido a la formación de lo que hoy se conoce como Industrias Culturales mismas que cuentan con grandes avances tecnológicos que han ido sustituyendo a las formas tradicionales de creación y difusión cultural.

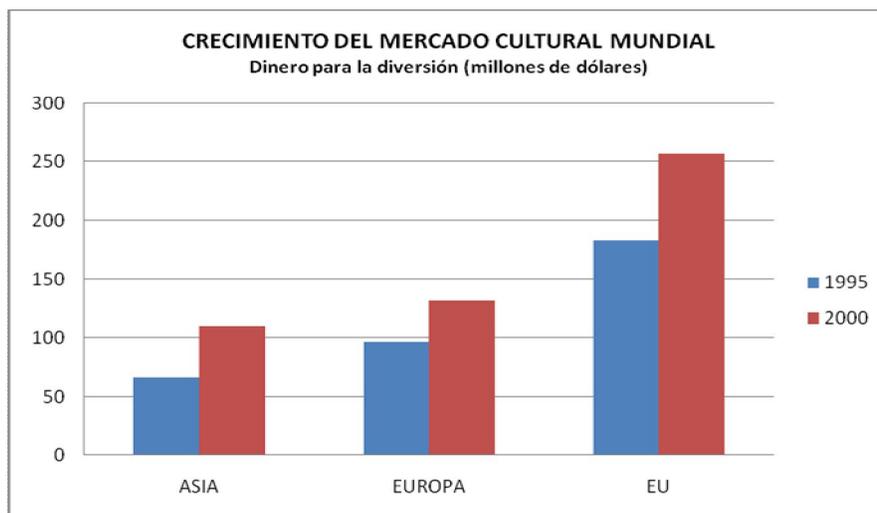
La explicación de lo anterior radica en la búsqueda, por parte de las expresiones culturales y artísticas, de una válvula de escape dentro de un entorno regido por el consumo que ya no consideraba tan viable la adquisición de ciertos artículos de este corte en la ahora llamada Industria Cultural por lo realizó un apego “híbrido” a una Industria que proporcionaba rendimientos mayores, la Industria del Entretenimiento que explotaba las necesidades constantemente crecientes de la sociedad moderna por la utilización de su tiempo de ocio, de forma similar realizó un enlace con el turismo.¹¹

Para muestra de ello solo hace falta recapitular el desenfrenado crecimiento de los mercados mundiales y del consumo en general. Desde la segunda mitad del siglo XX el mundo comenzó a presenciar un crecimiento casi frenético que se vio reflejado en el importante incremento en la cantidad de mercados, en las exportaciones e importaciones mundiales y en general en el PIB global y ventas mundiales. Los bienes considerados como culturales no pudieron escaparse de este acelerado crecimiento, puesto que, como se mencionó, se vieron impulsados por los mercados de bienes y servicios que envolvieron a la cultura motivaron al individuo a consumir más para su esparcimiento.

La expansión de los mercados culturales queda expuesta en el gráfico 1.3.1, en donde se muestra como en un lapso de cinco años el consumo dirigido al esparcimiento ha crecido considerablemente. En su mayoría este consumo se refiere, en ocasiones de manera

¹¹ Esta relación Cultura-Entretenimiento-Turismo será mencionada a lo largo del presente trabajo, sobre todo en las bases de datos.

tácita, a la adquisición o goce de bienes con algún carácter cultural explotado por las industrias audiovisuales, por lo que queda mostrado el crecimiento de este mercado ha sido impulsado por el crecimiento del entretenimiento en general, ya sea en su forma tangible o intangible.



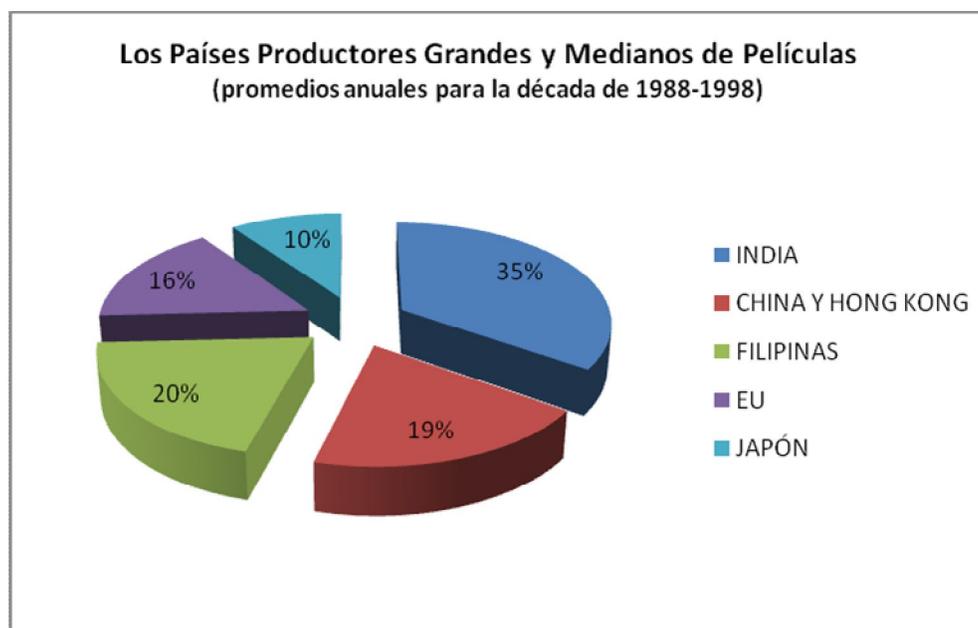
1.3.1 GRÁFICO. FUENTE: Booz Allen & Hamilton. Mercados Mundiales de Entretenimiento

A pesar de las confusiones evidentes que pueden surgir del proceso de contabilización de la cultura, dado que es un bien “intangible” es innegable reconocer que el incremento en el comercio de bienes y servicios culturales ha tenido un crecimiento dramático; el comercio de dichos bienes creció más de cuatro veces en la década que comprende los años de 1988 a 1998¹². Esto obedece a la comunión de esfuerzos realizados por organismos internacionales y locales por considerar a la cultura como una herramienta potencial de desarrollo económico, que se ha conjuntado con la apertura de mercados internacionales y han facilitado el libre cambio de bienes y servicios de todos los cortes, siendo uno de los más fructíferos el de corte cultural, representado por el turismo y las Industrias Protegidas por Derechos de Autor (IPDA's).

Sin embargo, la oferta cultural se encuentra controlada por un pequeño número de países y empresas que constituyen oligopolios integrados horizontal y verticalmente. El hecho se hace más evidente en ciertas ramas culturales. Un ejemplo lo tenemos en la industria

¹² Datos según UNESCO, “Reporte de la Cultura Mundial”, 1998. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=13977&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, Consultado: Marzo 25 de 2010.

cinematográfica, donde el porcentaje del mercado se encuentra bien repartido entre un determinado grupo de países que controlan la producción. (Véase gráfico 1.3.2)



1.3.2 GRÁFICO- GRANDES PRODUCTORES DE PELÍCULAS, más de 200 películas por año. Fuente: UNESCO, *A survey on national cinematography. Monography 2000.*

Aunque algunas cifras puedan apoyarnos en el análisis del mercado cultural, en ocasiones pueden ser engañosas y no reflejar la realidad común, por ejemplo, la cultura cinematográfica es fuertemente influenciada por el cine norteamericano cuya participación es del 16%, siendo este el que más dinero recauda anualmente, a pesar de que las cifras nos arrojen que no es el mayor productor de películas al año. Aunque la India cuente con mayor producción representada por un 35% de la realización de películas anuales en el mundo.

La problemática del sector es, entonces, compleja. La falta de reconocimiento y relevancia económica, la confusión en su conceptualización, las regulaciones públicas que le permitan responder a las necesidades sociales y la inexactitud de su valoración cuantitativa son solo algunos de los retos a enfrentar y que intentarán ser abordados en el presente trabajo.

1.4 LA INDUSTRIA CULTURAL

El papel de la cultura se ha extendido globalmente llegando a formar parte de las filas del capitalismo industrial, de ahí la importancia de analizar económicamente a esta industria que puede ofrecernos alternativas económicas bajo un buen manejo. La globalización que ha caracterizado a todos los procesos económicos ha hecho de la cultura un recurso.

El PIB mundial ha presentado importantes crecimientos durante los últimos años (3.2% anual de 1998 a 2008 en América Latina, 4.1% anual en el caso de los países asiáticos durante el mismo periodo)¹³ impulsado por diversas industrias. Sorprendentemente, gran parte de esos crecimientos en el Producto han sido motivados por la cultura, *que ha impulsado más estos movimientos ascendentes que la misma industria automotriz*¹⁴. Lo anterior nos expone la tendencia del llamado Capitalismo Cultural como parte distintiva y destacable de nuestra época, dado que se encuentra presente cada vez con más fuerza en los diferentes indicadores económicos mundiales, ganando presencia y relevancia en los mercados internacionales y locales, consolidándose como un factor económico de importancia actual.

Por lo mencionado resulta interesante el análisis de la veracidad del planteamiento que coloca a la cultura como uno de los existentes *“recursos económicos óptimos”*¹⁵. Día con día resulta más notorio la forma en que los productos culturales han entrado al sistema de producción industrial¹⁶; lo que ha dado a notar su presencia por los rendimientos que proporciona e inversiones que atrae.

Antes de continuar es importante que se defina que se entiende por industria cultural¹⁷ y con base en ello comenzar el análisis respectivo. Se entiende por industria cultural *“...al conjunto de actividades que están dedicadas a producir y comercializar bienes y servicios destinados a satisfacer o promover demandas culturales con fines de reproducción*

¹³ Reporte de crecimiento económico en América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010)

¹⁴ Piedras, Ernesto, *“¿Cuánto vale la cultura?”*, México, Ed. CONACULTA, 2004.

¹⁵ Olmos, Héctor, *“Cultura: el sentido del desarrollo”*, México 2004, Ed. Intersecciones

¹⁶ Esto porque hacen uso de canales productivos, distributivos y de consumo al igual que cualquier industria de otro índole. Octavio Getino, 1995. Pp.16-17

¹⁷ Este término fue usado por primera vez por la Escuela de Frankfurt, que intentaba recoger el cambio radical que se estaba produciendo tanto en la forma de producción como en el lugar social ocupado por la cultura. (Zallo, 1992)

económica, ideológica y social (...) en el ámbito de un país o del extranjero (...) se basan en la serialización, la estandarización, la división del trabajo y el consumo de masas...¹⁸

Como se puede entender, esta industria comparte características con todas las demás industrias, como lo son sus procesos productivos en masa, la integración de canales de distribución, etc., sin embargo, cuenta con ciertos rasgos distintivos “...a diferencia de otras industrias, (la industria cultural) no trata solo de productos para el uso o consumo físico, sino de bienes simbólicos que para acceder a la percepción de los grandes públicos deben procesarse o manufacturarse industrialmente para adoptar una forma que facilite su consumo...¹⁹

La ventaja que representa esta industria es que trabaja con una parte de las necesidades humanas que no tienen satisfacción, puesto que estas no desaparecen con la evolución tecnológica ni se satisfacen según la acumulación de bienes, el consumo de las mismas dependerá de los hábitos de consumo, así como de la ideología y el ambiente socio-cultural del consumidor. Por tanto, si existe la necesidad de incrementar este tipo de consumo, no será del todo necesario incentivarlo mediante el ingreso sino que puede hacerse directamente mediante la generación de necesidades culturales²⁰ o explotación de las ya existentes.

Estas particularidades de la industria cultural son las que la hacen una opción viable para impulsar el desarrollo de alguna localidad, estado o región que desee hacer uso de ella. Como ejemplo claro tenemos el siguiente planteamiento, la mayoría de los bienes económicos son escasos, lo que nos lleva a considerar el concepto de “rivalidad económica” que consiste en que todo aquello que una persona consume dejará de estar disponible para que otra más haga uso de ella, lo que acrecenta la escasez de los recursos y exige una mayor capacidad distributiva y de asignación por parte de las economías locales, esta característica no se presenta en los productos culturales, salvo aquellos que presentan saturación. Esta no rivalidad hace que más consumidores de contenido sean abastecidos, dándose a las multitudes, pero reduciendo también, la posibilidad de un consumidor adicional.

¹⁸ Olmos, Héctor. Cultura: el sentido del desarrollo. Buenos Aires, Argentina, 2004. pp.120-121

¹⁹ Getino, Octavio, “Las industrias culturales en Argentina”, Ed. Siglo XXI, 2003.

²⁰ En este sentido podríamos aplicar la Ley de Say en la que la misma oferta es generadora de su demanda.

Entonces, la cultura al ser parte de una industria, consolida su presencia como un destino de inversión, en primera instancia porque es capaz de mejorar la calidad de vida de la comunidad en cuanto que estimula e integra a la sociedad que de ella se sirve; en segunda instancia porque, como se mencionó, también es capaz de generar una gran cantidad de posibilidades económicas conexas²¹ integra sectores productivos desde grandes empresas hasta el de la pequeña industria, a su vez es capaz de formar economías a escala y cadenas de valor, atraer el turismo y con todo ello fomentar el desarrollo de las localidades que hagan uso de ella como recurso económico.

Un ejemplo de ello es el del museo de Guggenheim en Bilbao, anteriormente con dificultad se consideraría a la ciudad de Bilbao como destino turístico, gracias a la presencia de este destacable museo la zona ha obtenido importantes beneficios así como una buena fuente de empleos, lo mismo con otras zonas culturales-turísticas como el Museo de Louvre en Francia, o el Museo del Prado en España, las pirámides en Egipto, el Taj Mahal en la India, por mencionar algunos ejemplos.

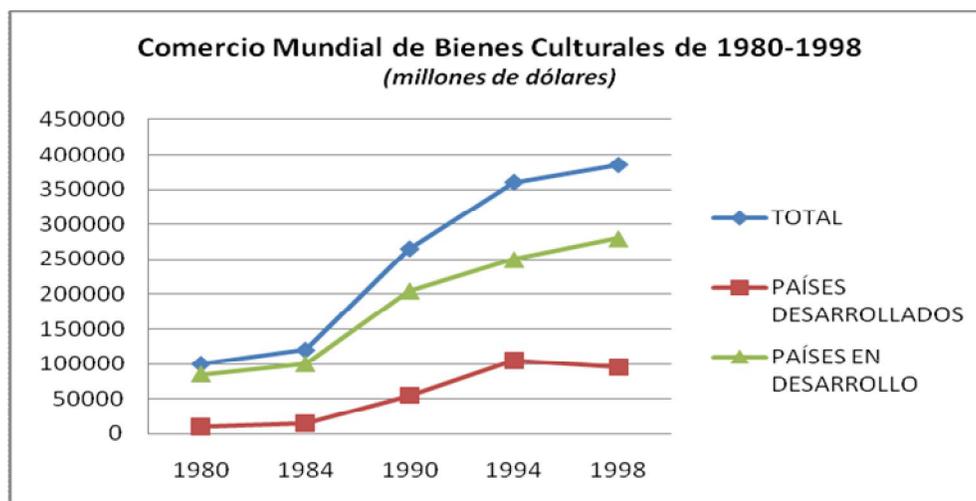
El razonamiento primordial que estimula la percepción de la cultura como objeto de inversión simple, si en ella se invierte es porque aporta beneficios económicos, pero tratándose de cultura también se obtienen rendimientos de otra índole que ninguna o pocas industrias proporcionan, como lo es, la mejora de la imagen, la identificación de la empresa con un proceso artístico o creativo que apoye su prestigio, la atracción de nuevos consumidores y hasta la posibilidad de incentivos fiscales en el caso del sector privado. En el sector público las externalidades son desde la unificación nacional, la culturización de la población, etc.

Ante lo mencionado se han suscitado controversias respecto a la diferenciación entre la industria cultural y la del ocio o entretenimiento y hasta que punto se encuentran interrelacionadas entre sí. Lo cierto es que resultan innegables las pautas de producción del sector cultural se asemejan cada día más a las de la industria norteamericana que desafortunadamente ha creado prototipos de formato y ritmo de los productos culturales.

La tecnología, la informática, los avances científicos, así como las medidas gubernamentales desregulatorias han contribuido a la reestructuración del mercado de la industria cultural.

²¹ Según Xavier Dupuis, 1998, citado en Olmos, Ibid.

El crecimiento del comercio mundial de bienes culturales es innegable (Véase Gráfica 1.4.1), teniendo un repunte en los 80's con la universalización de la apertura comercial, la eliminación de barreras arancelarias y la reconfiguración de la estructura económica mundial. Resulta evidente que el impacto más notorio se dio en los países en desarrollo, el crecimiento en si fue superior a partir de ésta década, consecuencia evidente de la ruptura con el antiguo sistema de proteccionismo y sustitución de importaciones que éstas economías venían siguiendo, a su vez, la propia apertura de fronteras fomentó el turismo y el interés mundial en las culturas folclóricas y sus medios de expresión, antes menos conocidos. Esta industria y su crecimiento comprenden la industria cinematográfica, editorial (libros, prensa, etc.), musical, televisiva y radiodifusora, por mencionar las más importantes. Su rápido crecimiento y su expansión por todos los sentidos de nuestras vidas siguen siendo impulsados por la reducción de costos en la difusión, transmisión y generación de las mismas. La disminución de los costos de transportación también ha logrado terminar con las barreras de distancia, integrando culturas y comunicando a todos los polos del planeta.



1.4.1 GRÁFICO – FUENTE: *Study on International Flows of Cultural Goods Between, 1980-1998. UNESCO 2000.*

Las coproducciones son otro fenómeno que nos expone la tendencia hacia la integración horizontal y vertical como característica de la Industria Cultural del siglo XXI, representada en la actualidad por grandes y pocos conglomerados de medios muy grandes. La integración horizontal²², permiten reducir los costos y crear economías a escalas; la integración vertical combina las etapas de contenido, proceso y formato, lo que permite

²² Caso Disney- ABC

reducir aún más los costos y sobre todo reducir los riesgos de inversión. Esta es una característica más de la nueva formación globalizada del capital así como la división internacional del trabajo.

Para lo anterior tenemos ejemplos al alcance de nuestras manos, la presencia de las transnacionales norteamericanas en la industria cultural son impresionantes (Véase cuadro 1.4). Las principales empresas (o conglomerados) poseen desde estudios de filmación, redes de difusión, editoriales, estudios de grabación hasta parques temáticos y tiendas. Entre las empresas de alto perfil que se han fusionado en éstas últimas dos décadas se encuentran la compra de ABC por Disney, de CBS por parte de Viacom, de Turner Broadcasting y AOL por parte de Time Warner y de Random House por parte de Bertelsmann.²³

	Time Inc. Fusionada con Warner Communications en 1989. Adquirió Turner Broadcasting System en 1995.	Disney adquirió Capital Cities/ABC en 1995 agregando una red de Broadcast a los activos de Disney	Sony adquirió Columbia TriStar en 1989 confiando que la tecnología digital le dará sentido al negocio	Seagram adquirió Universal Studios en 1995 y PolyGram en 2001	Bertelsmann adquirió Random House en 2001	Sumner Redstone adquirió Blockbuster y Paramount en 1994	News Corp. Adquirió 20 Century Fox en 1985 para crear una fuerte base Americana para los negocios mundiales.
Ingresos en miles de millones de dólares	24.6	22.3	15.9	15.4	14.3	13.2	12.9
Producción para TV	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Producción de películas	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Música	SI	SI	SI	SI	SI		SI
Publishing	SI	SI			SI	SI	SI
Difusión TV	SI	SI			SI	SI	SI
TV por cable	SI	SI	SI	SI		SI	SI
TV via satellite	SI		SI		SI		SI
Internet	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Parques Temáticos	SI	SI		SI		SI	
Tiendas	SI	SI		SI	SI	SI	

Fuente: Las Siete Gigantes, Reportes de compañía de The Economist, en La Globalización de la Cultura Popular de La Globalización: Presente y Futuro. P. 88

²³ La Globalización de la Cultura Popular, en La Globalización: Presente y Futuro, Ed. UPAEP, varios autores. P. 87

1.5 ASPECTOS CUANTITATIVOS DEL CONSUMO CULTURAL

El mundo se encuentra inmerso en un sistema productivo, que se basa en la capitalización de todo lo que nos rodea, todo cuenta con un valor y es capaz de generar plusvalía, ganancias o utilidades. Todo es cuantificable y capaz de comerciarse en un mercado determinado. Teniendo en conciencia este hecho y este sistema del que todos formamos parte, es entendible que ningún sector puede escaparse del mismo.

El matrimonio entre estas industria y cultura complica los parámetros que nos pudiesen servir para determinar que se considera cultural o artístico en el sentido más propio de la palabra, pero facilita la creación de estadísticos que nos permiten entender el crecimiento de esta industria en su consumo, hasta cierto punto impulsada por el crecimiento vertiginoso de la industria del entretenimiento.

Con lo anterior, se pretende analizar que si bien podemos contabilizar, estadísticamente hablando, la cantidad de personas que consumen cierto tipo específico de un bien cultural, jamás podríamos cuantificar el monto económico de su uso o del beneficio, que éstos aportan a la sociedad con exactitud.

Existe pues una necesidad de crear un mecanismo formal que sirva para obtener estadísticas culturales confiables y útiles y de esta manera facilitar la toma de decisiones así como generar una conciencia de los recursos con los que se cuenta, para finalmente resaltar la importancia que la cultura puede representar como motor económico y un agente de desarrollo social.

La tarea no es tan fácil, dado que el proceso de obtención de información completa sobre los consumidores de actividades, servicios y productos culturales, que, a diferencia de la simple contabilización de la oferta cultural, el consumo es un proceso por sí mismo complejo de definir²⁴, además de ser mucho más diverso.

Los esfuerzos al respecto se han hecho, y muestra de ello lo constituye el Sistema de Información Cultural (SIC) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), que se ha enfocado, sobre todo, en la contabilización de la oferta cultural, desafortunadamente, la inexactitud de sus cifras es innegable puesto que los orígenes de sus fuentes son disímiles y varían en tiempos, criterios y continuidad, esto es, existen

²⁴ Al considerarse un proceso espontáneo y que se vierte, sobre todo en el sector privado.

estudios que se realizaron hasta antes del 2000 y no existieron estudios posteriores que analizaran la misma información, dejando atrasados importantes y significativos datos que facilitasen el estudio en el campo.

1.6 CONSIDERACIONES FINALES

Como se ha venido argumentando, la cultura es parte de lo que nos rodea; diversas son las expresiones humanas que la llevan consigo, sin embargo, en cada país el valor socio-económico que se le da, varía según su estructura social. En un mundo donde todo es medido en cifras, ya sea por costos o rendimientos, ha querido relegarse a la cultura hacia un papel secundario para ciertas naciones cada día más globalizadas, aunque para otras ha sido todo lo contrario, como se ha estado mencionando; éstas últimas naciones se han encargado de promocionar su cultura como bandera ventajosa ante el resto del mundo.

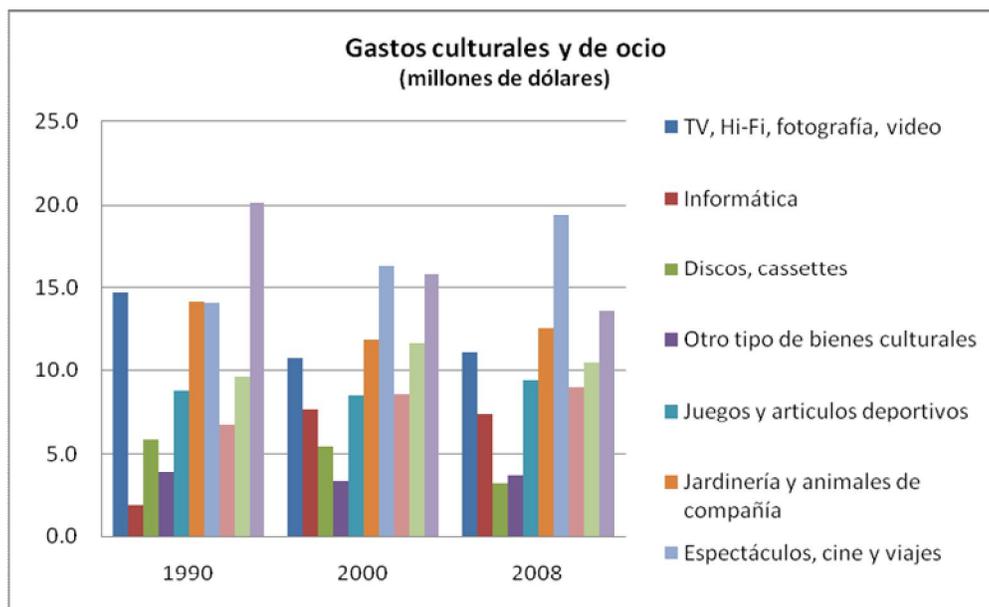
La economía de la cultura: ejemplos de éxito.

Ahondaremos el caso de dos países que en particular muestran la esencia de lo que aquí quiere darse a entender, y ese es el caso de Japón y Francia. Japón es un país asiático que tuvo numerosos problemas para adaptarse un mundo demasiado occidentalizado dadas sus costumbres y cultura profundamente arraigada a sus patrones sociales y económicos, y que, a mediados del siglo pasado tuvo un crecimiento económico vertiginoso impulsado en cierta medida a su cultura. Por otro lado Francia, un país europeo que desde los albores de su formación como nación marcó pauta en la cultura de su continente, lejos de adaptarse en inicio a su entorno, fue Europa la que adquirió su sello cultural.

Tomemos primero el caso de Francia. Esta nación es casi por todos conocida como un país cuyo mayor atractivo lo representa su cultura en general, quizás un tanto estigmatizada por el Hollywood de la primera mitad del siglo XX, pero que a pesar de eso a la fecha conserva su ventaja comparativa atrayendo año tras año a millones de turistas que le han proporcionado ingresos importantes por conceptos de turismo y exportación cultural, cifras que se encuentran reflejadas de manera muy positiva en sus principales indicadores económicos.

Al pensar en Francia se nos vienen a la cabeza numerosas imágenes, desde sitios turísticos como la Torre Eiffel, los Campos Elíseos, el Arco del Triunfo, la Costa Azul, etc., hasta productos como la música, los libros, las películas, entre otras, todos ellos bienes altamente cotizados a nivel mundial. La ventaja de este país es que aunado al importante nicho de mercado cultural con el que cuentan a nivel internacional se encuentran fortalecidos por el constante y creciente desarrollo de un mercado interno, esto es, existe una importante oferta de productos de este tipo que se encuentran en persistente cambio, proporcionando variedad e innovación. Además la demanda sigue el mismo ritmo de crecimiento, puesto que el país galo se caracteriza por la destacada valoración que se le da al sentido cultural de los bienes y servicios y por su marcada tendencia a preferir los productos nacionales.

Esto es Francia es un buen productor de cultura, pero también es un importante consumidor de la misma, considerándola tan importante como cualquier otro sector económico de su sociedad, pero con la preeminencia de ser un aspecto que manejan y disfrutan en su vida diaria, haciéndola hasta cierto punto imprescindible.

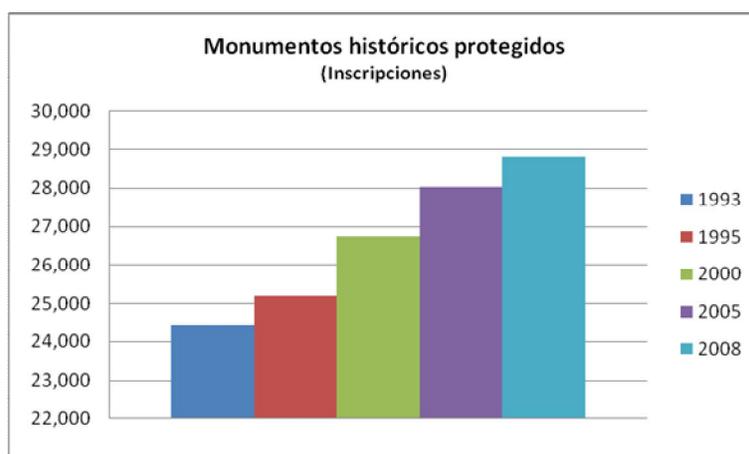


1.6.1 GRÁFICO de elaboración propia con datos extraídos de L'institut national de la statistique et des études économiques. Francia 2010.

Es innegable el predominio que tiene el consumo de servicios y bienes culturales en el tiempo de ocio de los franceses por encima de actividades de corte deportivo y

tecnológico en general (Véase gráfico 1.6.1). Esto indica la potencialidad del Estado como origen y destino de la industria que analizamos.

Este “nacionalismo” cultural francés tiene la característica de no ser cerrado a nuevas expresiones, son buenos apreciadores de la diversidad, sin embargo, no descuidan los aspectos básicos de su propia cultura y fomentan la preservación y reconocimiento de su folclor. Esto queda expuesto en el siguiente gráfico (Véase gráfico 1.6.2) que nos muestra la cantidad de monumentos históricos inscritos para su protección desde 1993 a 2008 mostrando una clara tendencia a la alza.



1.6.2 GRÁFICO de elaboración propia con datos extraídos de *L'institut national de la statistique et des études économiques. Francia 2010.*

Abordemos ahora el caso de Japón. Este país ha logrado conservar parte de su ancestral cultura a través de la conservación de ciertos valores morales básicos que ha procurado no perder a lo largo de su adaptación al mundo. En esta potencia asiática las interrelaciones personales están muy influenciadas por las ideas de “honor”, “obligación” y “deber”, que representa una costumbre diferente a la cultura individualista y liberal de los países occidentales. Las concepciones de moralidad y conducta deseables son menos practicadas en situaciones familiares, escolares y amistades; sin embargo, se observa una práctica más formal frente a superiores o gente desconocida.

A su vez, en la cultura japonesa se practica el *nemawashi*²⁵, que se refiere a la preparación cuidadosa y seria en un proyecto, que refleja la armonía aceptada y respetada dentro de la cultura japonesa y ha servido para hacer de sus ciudadanos

²⁵ Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Nemawashi>. Consultado en: junio 18 de 2010.

dignos y destacados profesionistas que han llevado a su economía hacia las aras más elevadas del desarrollo.

La particularidad de utilizar la cultura como un factor distintivo es un rasgo muy típico de las culturas asiáticas, éstas han sabido aprovechar este agente cultural como una ventaja comparativa respecto al resto del mundo, pero a su vez logrando consolidar una integración con los demás continentes. Esto es, a pesar de que sus culturas son sumamente diferentes a las occidentales estas no han representado un obstáculo en su proceso de unificación.

Lo anterior debe servirnos como base para entender que no existen alternativas únicas para lograr una inserción a nivel global, existen los casos que aprovechan el factor cultural no solo como ventaja comparativa respecto a los demás países de su zona, sino también como sector económico. Representan en sí, una importante oportunidad de crecimiento económico y un área que podría aprovecharse más.

2. LA OFERTA CULTURAL

El patrimonio genera valor. Parte de nuestro desafío conjunto es analizar los retornos locales y nacionales para inversiones que restauran y derivan valor del patrimonio cultural, trátense de edificios y monumentos o de la expresión cultural viva como la música, el teatro y las artesanías indígenas.
World Bank, 1999

Así como el concepto de todo aquello que consideramos cultura se ha ido modificando con el paso del tiempo, de la misma forma lo han hecho las tendencias o las formas en los que la cultura se consume.

En épocas de antaño la cultura se consumía de otras formas. Por ejemplo, en el siglo XVIII la forma común consistía, por ejemplo, en la asistencia a óperas, cada clase social asistía a diversas obras cuyo contenido variaba según su estrato.

En el siglo XIX fueron grandes los cambios que sufrieron las sociedades hasta entonces desarrolladas, por lo que su patrón de consumo en cultura se encontraba directamente relacionada con los fenómenos que en su entorno ocurrían, como las revoluciones, las independencias, los avances tecnológicos que se reflejaban en las expresiones culturales como el teatro, la pintura, etc. Para el siglo XX la tendencia en consumo cultural fue acercándose más a como la conocemos hoy en día dirigiéndose a las masas. El cine tomó relevancia entre todas las clases sociales, así como nuevas corrientes de música popular innovadoras en su época como el rock, el jazz, entre otras, fueron sustituyendo a los géneros antes predominantes.

Ya en este siglo podemos observar que el entretenimiento, se encuentra más enfocado en los medios de comunicación y el acceso a servicios tecnológicos e informáticos. Muchas de las expresiones artístico-culturales cuentan con un fuerte lazo con esa rama, volviéndose parte de nuestra actualidad y por consecuencia al patrimonio que nos encontramos generando.

Es relevante aclarar que esto no quiere decir que las óperas que se exhibían en las salas populares del siglo XVIII cuenten con más valía que los conciertos de grupos actuales como The Muse, The Killers, o Britney Spears y Rihanna, porque si bien es cierto que algunas expresiones, sobre todo artísticas, cobran más apreciación y reconocimiento según pasa el tiempo, no se debe menospreciar todo lo que se crea e inventa en este

momento histórico; es lo que determina nuestro carácter y personalidad como sociedad actual y finalmente será lo que heredemos a generaciones posteriores. Todos han sido sectores poderosos en su momento, que han marcado modelos a seguir²⁶ en las sociedades haciéndose ricas por medio del aprovechamiento de las necesidades de esparcimiento, ocio y satisfacción personal ilimitadas que tiene el ser humano.

Para motivos de nuestro análisis segmentaremos todo el bagaje cultural en dos grandes ramas: la que comprende el ramo Patrimonial y la referente a las Industrias Protegidas por Derechos de Autor (IPDA's). El motivo de esta división es que, en términos cuantificables los métodos y criterios en que ambos son analizados varían mucho además los públicos y dimensiones de la oferta de ambos son sumamente heterogéneos, así que si se pretendiera realizar un análisis conjunto los resultados serían poco confiables y no muy reveladores.

2.1 EL PATRIMONIO CULTURAL

2.1.1 Concepto

El patrimonio cultural se encuentra constituido por todo aquello que con fines culturales y artísticos ha sido creado por las manos del hombre, se va acumulando a lo largo del tiempo, y seguirá incrementando su cuantía, puesto que el ser humano no deja de crear diversas expresiones culturales, cada una de ellas acorde a su época o entorno.

El patrimonio se genera día tras día, el ser humano crece y evoluciona creando y cambiando vertiginosamente. En la actualidad son numerosas las expresiones artísticas que forman parte de nuestra cultura, que si bien son diferentes a las creadas en antaño, no dejan de formar parte de ese bagaje cultural.

Es por lo mencionado que la UNESCO diseñó un método para clasificar al patrimonio mundial con el objetivo de procurar, defender y en especial prestar una atención concreta a las nuevas amenazas globales que en algún momento pueden llegar a afectar dicho patrimonio. La división que manejan es la siguiente:

²⁶ De tipo social, cultural o de comportamiento.

**Clasificación del
Patrimonio
Mundial según la
UNESCO**

PATRIMONIO CULTURAL²⁷

- **Patrimonio Cultural Material o Tangible**

- **Patrimonio Cultural Inmueble.-** monumentos, sitios arqueológicos, etc.
- **Patrimonio Cultural Mueble.-** pinturas, esculturas, monedas, piezas arqueológicas, etc.
- **Patrimonio Cultural Subacuático.-** restos de naufragios, ciudades sumergidas, etc.

- **Patrimonio Cultural Inmaterial o Intangible.-** Tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.

PATRIMONIO NATURAL.- Sitios naturales, formaciones físicas, biológicas o geológicas, etc.

Si bien existen varias expresiones que se escapan a esta categorización será importante analizar cada una a profundidad.

2.1.2 Patrimonio Cultural Inmaterial o Intangible

Comenzaremos con el Patrimonio Inmaterial (PCI). Este patrimonio abarca conocimientos y tradiciones que los grupos y comunidades de todo el mundo han heredado de sus antepasados y las transmiten a sus descendientes, sobre todo de manera oral. La UNESCO lo define llamándolo también inmaterial, que confiere a cada uno de los países registrantes un sentimiento de identidad y de continuidad que se recrea constantemente. Actualmente, son 88 elementos inscritos por el Comité en la Lista Representativa de la Humanidad o en la Lista de salvaguardia urgente.

La Convención afirma que el PCI se manifiesta, en particular, en los ámbitos siguientes (UNESCO)²⁸:

²⁷ UNESCO, Clasificación del Patrimonio Mundial según UNESCO, Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/>. Citado en: mayo 17 de 2010.

- Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma.
- Artes de espectáculo como la música tradicional, la danza y el teatro.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Técnicas artesanales tradicionales.

El PCI es tradicional sin dejar de estar vivo. Se recrea constantemente y su transmisión se realiza principalmente por vía oral.

El depositario de este patrimonio es la mente humana, siendo el cuerpo humano el principal instrumento para su ejecución. Con frecuencia se comparten el conocimiento y las técnicas dentro de una comunidad, e igualmente las manifestaciones del PCI se llevan a cabo, a menudo, de forma colectiva.

Muchos elementos del PCI están amenazados debido a los efectos de la globalización, las políticas homogeneizantes, y la falta de medios, de valoración y de entendimiento que conduce al deterioro de las funciones y los valores de estos elementos y a la falta de interés hacia ellos entre las nuevas generaciones.²⁹

Numerosos han sido los estudios relacionados con la importancia en la protección de estos bienes y servicios, cuya legislación en los derechos de autor y propiedad intelectual resulta desde ineficiente hasta contradictoria, ya que diversas regulaciones de este tipo promueven en mayor cantidad su explotación injusta e inequitativa. Es decir, si bien desde el GATT³⁰ hasta lo que hoy se conoce como OMC³¹ se buscó llegar a consensos que permitieran incluir a estas expresiones en un sistema más justo de comercio y diseñar una infraestructura que la hiciera más rentable e impulsara su expansión, también es cierto que ha dejado varios huecos legales que han despojado a los creadores originales de su trabajo creativo para ponerla a manos de grandes consorcios que obtienen altos rendimientos de su explotación.

²⁸ Fuente: UNESCO, disponible en: http://www.unesco.org/new/es/no_cache/culture/themes/pci-cultural-heritage/the-heritage/. Citado en: mayo 24 de 2010.

²⁹ Ibid

³⁰ General Agreement on Tariffs and Trade

³¹ Organización Mundial del Comercio

Un ejemplo que ilustra claramente este debate acerca de este aspecto del patrimonio tuvo su origen en el siglo XX con el interés de que los productos artesanales, étnicos y de grupos populares urbanos fueran reconocidos como parte del patrimonio nacional, abriendo paso a su uso en circuitos transnacionales que adquirirían los derechos de estas creaciones para su producción en masa y su venta a nivel mundial, pagando una cantidad casi risoria a los creadores originales comparada con las ganancias que de éstas obtenían. Sin embargo, en la otra cara de la moneda, para ciertos pueblos marginados esta incorporación de sus mercancías al mercado tanto urbano como turístico representó una oportunidad de que muchos miembros de sus comunidades tuvieran una fuente de ingreso sin necesidad de salir de sus comunas nativas, reactivando sus tradiciones culturales pero heredándoles un sistema productivo, modesto pero suficiente. En estas circunstancias la explotación de los indígenas creadores es innegable, sin embargo lo rescatable radica en la demostración de las ventajas que conlleva la incorporación de la cultura patrimonial en el mercado. Como economistas la labor consiste en proponer opciones que eliminen o disminuyan sustancialmente estas externalidades negativas del propio mercado, para las localidades.

2.1.3 Patrimonio Cultural Tangible

El patrimonio cultural es, entonces, una materia prima potencial. Explotable desde varios aspectos, no solo el creativo intangible, otra de sus posibles potencialidades se encuentra en la explotación de los sitios patrimoniales vía turismo internacional o nacional. Con la modificación en la percepción de la cultura se ha radicalizado el valor que se le daba a estos espacios, en la actualidad prima su valor exhibitivo, es decir, se le usa como una atracción inmueble de uso comercial, como por ejemplo, la iluminación de monumentos y edificios patrimoniales como si fueran escenografías cinematográficas, o el uso de esa misma infraestructura para la promoción de conciertos con artistas internacionales, ya de por sí llamativos, agregándoles el valor agregado de realizarlos en lugares con cierto atractivo histórico o un gran valor estético.

Aquí nos encontramos de nuevo con esta disyuntiva, los pros y los contras que con esta utilización aparecen. Por un lado se encuentra la ventaja comparativa de ciertas regiones en el mundo (incluida Latinoamérica y por supuesto México) de poder explotar parte de su

herencia cultural y utilizarla como medio para atraer turismo, generar empleos, y con algo de visión, fortalecerla con industrias modernas que nos proporcionen un lugar y una primacía en el área ante un mundo tan competitivo, donde la presencia firma-país³² puede marcar la diferencia. Por otra parte se discute esta exhibición y utilización que en el peor de los casos pueda dañar la infraestructura antigua, como el daño provocado por los instrumentos de sonido y la misma afluencia de masas que ocasionan los conciertos en zonas arqueológicas.

La importancia que se le da a la preservación de los diversos tesoros de la humanidad ha sido creciente con el paso de los años, puesto que, precisamente, se busca protegerlas de los daños que la modernidad pueda amenazar con causarles. Es por lo esto que la UNESCO ha elaborado listas en donde señala los elementos registrados como Patrimonio Cultural de cada país, distinguiendo su tipo y haciendo mención de aquellos que se encuentran en riesgo, estas listas resultan importantes puesto que nos permiten construir un panorama acerca de la importancia que en cada país o región se le da a la preservación y reconocimiento de sus propiedades culturales.

2.1.4 Patrimonio Cultural en el mundo

Con motivos expositivos se realizó un cuadro que permitiera la comparación más lógica y con mayor significado, por lo que se agruparon por bloques económico-culturales. Sería poco demostrativo realizar una comparación de África con Europa ya que sus condiciones económicas, sociales y culturales son diferentes y su apreciación también es disímil.

Los bloques continentales tienen la particularidad de compartir coincidencias económicas pero también culturales. A continuación se pretende exponer los rasgos culturales-patrimoniales en común que poseen estos grandes conglomerados de países.

³² Este concepto se refiere a la existencia de rasgos nacionales que le impriman a sus productos un rasgo distintivo de su origen. Ejemplo, los productos hindúes caracterizados por explotar la imagen morisca estigmatizada en numerosos de sus productos procesados, tanto cosméticos, cinematográficos, textiles, etc. Se le considera una forma de explotar ventajas comparativas que, en el ámbito mercadológico les proporcionen una imagen reconocible para los consumidores.

CONT.	PAÍSES	BIENES CULT.	ANÁLISIS
EUROPA	ALEMANIA	31	<p>A pesar de que ciertos países cuentan con un bagaje cultural destacado y conocido por el mundo entero (caso de Grecia), las cifras demuestran que la importancia que le han dado a su patrimonio cultural es significativamente inferior al otorgado por otros estados de la región (caso de Italia), lo que denota un importante número de sitios preservados como patrimonio de la humanidad, seguido por España, Alemania y Francia, dejando por detrás también a Reino Unido. Aún con esas inconsistencias que saltan a la vista, en su conjunto este continente muestra un interés especial por el reconocimiento de su patrimonio. Las políticas generadas por esta región han sido parteaguas en la elaboración de legislaciones posteriores a nivel mundial, lo interesante es que no existe una notable relación proporcional entre ingreso versus registros culturales, más bien coincide con proyectos de desarrollo económico-culturales de los países.</p>
	BÉLGICA	10	
	ESPAÑA	36	
	FRANCIA	30	
	GRECIA	15	
	ITALIA	42	
	REINO UNIDO	23	
ASIA	CHINA	27	<p>En este caso se observa una particularidad y es que en esta región tampoco el grado de desarrollo del país resulta una variable determinante para el registro de su patrimonio, considerando que Japón es el segundo país más desarrollado del mundo, no cuenta con una gran cantidad de registros pese a su gran legado cultural, ahora bien, se observa que China e India, países en vías de desarrollo con tasas de crecimiento anuales en su PIB bastante destacables, son los que mayor</p>
	FEDERACIÓN RUSA	15	
	INDIA	22	

	JAPÓN	11	matriculación cultural presentan. Esto puede ser un signo de la nueva apuesta que están haciendo los países en emergencia más prometedores de la época en obtener una firma-país para seguir posicionando sus productos. Con esto no se pretende afirmar que esta sea o haya sido su única herramienta para su posicionamiento a nivel mundial, puesto que ésta solo sería válida mientras se encuentre reforzada con un mercado interno lo suficientemente desarrollado, como es el caso de India y China, capaz de hacerle frente al incremento de la demanda nacional y extranjera, de otra forma, esto solo se quedaría en un intento relegando a los países a un ámbito de folclor desperdiciando este instrumento, que bien puede ser un diamante en bruto a pulir.
ÁFRICA	EGIPTO	5	Salta a la vista una carencia por la tendencia del registro del patrimonio cultural en este continente, este hecho nos hace recapacitar sobre la idea de que el factor cultural se encuentra íntimamente relacionado con el nivel de ingreso de una sociedad, por lo menos explícitamente aplica en este caso. El gasto destinado a favorecer la cultura se verá mermado en un entorno social con carencias de índole primario, y en ésta región con tantas carencias es evidente que la atención dada a dicho sector sea menor. Aun países con tradiciones culturales ancestrales, como el caso de Egipto, quedan muy por detrás en comparativa con países de mayor ingreso aunque de un bagaje histórico-cultural menor. Esto nos muestra la otra cara de la moneda que se mencionó en el caso del continente asiático, donde a pesar de que exista la posibilidad de utilizar el arma de la
	ETIOPÍA	7	
	SRI LANKA	6	
	TÚNEZ	7	

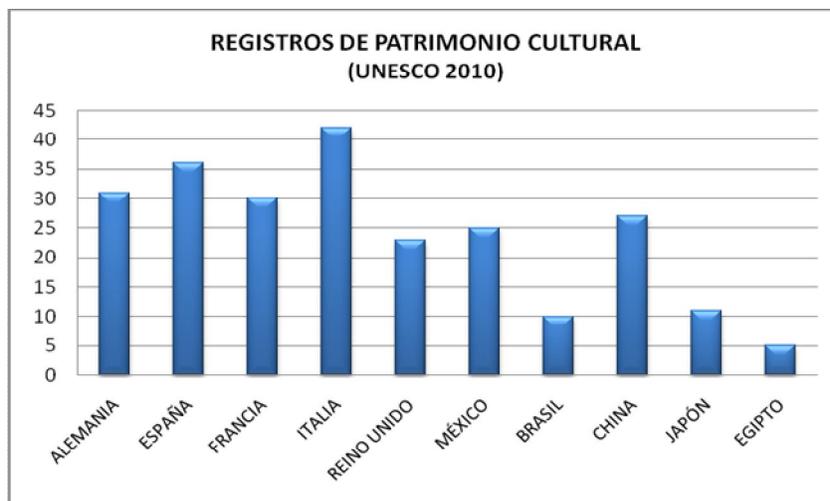
			cultura para la inserción en el mercado mundial, si no se cuenta con economías a escala que fomenten la infraestructura, la productividad y en general el desarrollo de estas naciones de poco o a veces de nada sirve hacerse mano de este instrumento.
AMÉRICA	<p>Ahora es turno de América, el continente en el que México se localiza. Esta región tiene una característica bastante peculiar, por un lado se encuentra la zona de Mesoamérica y de las culturas prehispánicas que abarcaron parte del territorio mexicano así como el centro y sur del continente; esta región comparte particularidades sociales y culturales que proceden desde la época previa a la conquista, fortaleciéndose con la colonia. Por otra parte, se ubica el territorio de Aridoamérica, inhóspito y casi deshabitado, conquistado por la corona inglesa y francesa, respectivamente; esta región no sufrió mestizaje alguno, dado que los habitantes nativos fueron prácticamente extintos, en esta zona los factores culturales de los países que posteriormente se formaron en la región, fueron meramente un injerto de las culturas de sus conquistadores. Estas bases culturales tan diversas fueron lo que motivaron la búsqueda de realizar una distinción entre ambas zonas, con el fin de lograr una comparativa más significativa.</p>		
AMÉRICA DEL NORTE	ESTADOS UNIDOS	8	<p>Los datos observables en la tabla anterior son escasos y poco reveladores, sin embargo, lo que resulta más destacable es una relativa “carencia” de éstos últimos considerando su nivel de desarrollo y la relación entre éste y la importancia cultural. Antes de apresurarnos en sacar conclusiones debemos considerar que estamos ante la presencia de un caso muy peculiar, recordemos que la vía patrimonio no es el único capital cultural a explotarse. Países como los Estados Unidos de Norteamérica cuentan el día de hoy con importante influencia en los patrones</p>

			<p>culturales y sociales del mundo, llamado occidental, sin embargo, la presencia de este dominio es “reciente” si se compara con la historia de la civilización humana. Cada época de la historia cuenta con un Estado-Nación que ejerce una hegemonía y ésta se extiende a todos los ámbitos, sociales, económicos, políticos y evidentemente, culturales; cada uno de estos regímenes difunde su influencia de diversas formas, por medio de la violencia, de presiones políticas y otras, las que más predominan en el tiempo, desde el cultural. E.U. ha sabido hacerlo a través de éste último medio, haciéndose de una cultura basada en la promesa de América como un país de inmigrantes donde los sueños de hacerse rico con rapidez son posibles, esta idea del “sueño americano” se ha vendido a través de nuevas expresiones de cultura, no necesariamente de corte ancestral-patrimonial sino, más bien, aprovechando innovadoras concepciones de crear, difundir, vivir y aprovechar la cultura. Esto es lo que en el presente texto se ha clasificado como patrimonio contemporáneo, con el fin de realizar una diferenciación entre ambos, ya que cada uno se consume y usa de formas diferentes, aunque cada vez de una menor forma.</p>
	CANADÁ	6	
AMÉRICA CENTRAL Y DEL SUR	ARGENTINA	4	<p>Los datos nos muestran una verdad irrefutable; la importancia del reconocimiento del Patrimonio Cultural de América Latina es deficiente. Países como Perú, Cuba o Argentina, no cuentan con una cantidad importante de registros de patrimonio a pesar de contar con un importante legado cultural. Los contados países que denotan un interés marcado y una cantidad de registros importante de</p>
	BRASIL	10	
	CHILE	4	
	CUBA	7	

	MÉXICO	25	bienes de patrimonio lo constituyen Brasil y México, siendo éste último el más destacable considerando la diferencia que lo distingue de su predecesor. Ahora bien, este continente presenta, como mencionamos, características culturales originarias bastante similares, sin embargo, la forma en que han incluido a éstas en su quehacer actual es muy heterogénea. Países como Argentina han denotado un interés en este sector al dotar a su país de un Ministerio de Cultura tomando el ejemplo francés, por otra parte Chile se está esforzando por ocupar un lugar más destacado a nivel mundial incrementando su producción interna, su comercio exterior y a su vez buscando la obtención de una firma-país que le abra puertas a mercados novedosos.
	PERÚ	6	

TABLA 2.1.4- Fuente: Elaboración propia con datos de la Lista de Patrimonio Mundial publicada por la UNESCO.

En conclusión, México es un importante representante de la importancia del registro y reconocimiento del Patrimonio Cultural en su región haciendo de esta área un sector con alto potencial, que se puede llegar a comparar con los grandes exponentes del tema a nivel mundial, dejando atrás a países con herencias culturales sobresalientes y poniéndose a la altura de otros tantos con niveles de vida y cultura superiores (Véase gráfico 2.1.4)



2.1.4 GRÁFICO – FUENTE: elaboración propia con datos extraídos de Lista de Patrimonio Mundial UNESCO 2010.

2.1.5 El patrimonio Cultural en México

México es un país que resalta a nivel mundial gracias a su rica cultura, llena de rasgos que lo caracterizan y lo hacen identificable para casi cualquier persona en lo largo y ancho del planeta. Aunque se pudiese pensar que esto resulta una particularidad meramente nacionalista se debe tomar en cuenta que existen numerosos países que al escuchar su nombre no invocan a nuestra mente ninguna imagen en particular. La importancia de contar con un renombre e identificación como país ante el resto del mundo resulta equiparable con el prestigio con el que cuente alguna marca comercial.

Si bien es un factor que netamente no cuenta con algún apartado contable específico y es casi imposible cuantificarlo en términos económicos también es cierto que puede observarse su presencia o carencia reflejado en tópicos más tangibles, como lo son las utilidades, las ventas, etc. Este es un hecho que poco ha sido explotado en términos estatales y que en cuestión del presente texto resulta importante analizar.

La cultura consiste, entonces, en un elemento distintivo con grandes áreas de oportunidad como un factor que pueda impulsar las exportaciones al exterior, por ello constituye en sí misma un factor económico tan importante como el trabajo, el capital o la organización, puesto que puede determinar, en cierta medida, la capacidad exportadora de un país, así como la propensión interna a importar ya que mucho depende de la cultura de un país el tipo de bienes y servicios que tienda más a consumir.

El Estado mexicano ha sido consciente de la importancia que tiene conservar y estimular sus rasgos más representativos. La música de los mariachis, las artesanías, etc., han abierto importantes mercados en países lejanos, hecho que ha servido para introducir otro tipo de mercancías nacionales a mercados anteriormente desconocidos. Por ello la importancia estatal que la cultura tiene en México es sobresaliente respecto a los demás países de América Latina.

La riqueza cultural de nuestro país constituye una de sus mayores fortalezas y uno de sus recursos más importantes para hacer frente a los retos del siglo XXI, que pretenden transformar a México. Ser conscientes de esa vastedad nos permite tener una visión más completa de las posibilidades y en sí de la materia prima con la que se puede trabajar, desafortunadamente los precedentes de información son escasos. Ante esta situación el Sistema de Información Cultural, dependencia de CONACULTA, se dio a la tarea de

recolectar toda la información disponible a nivel nacional para la creación del Atlas de Infraestructura Cultural de México, siguiendo los objetivos planteados en el Plan Nacional Cultural 2001-2006. Este documento sirvió como base para el análisis del contexto patrimonial en el que nos encontramos a la fecha, si bien los datos proceden de 2006, siguen teniendo vigencia, y a falta de información actualizada en publicación, bien servirán como punto de partida.

- **ZONAS ARQUEOLÓGICAS**

México cuenta con una impresionante vastedad de riqueza patrimonial proveniente de las culturas prehispánicas y la variedad de culturas que se instalaron en su territorio, consecuencia de una región fértil y diversa. A la fecha se tiene un registro de 33 mil zonas arqueológicas presentes en nuestro país, distribuidas de la siguiente forma (Véase *mapa 2.2.1*).



MAPA 2.1.1 Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "PATRIMONIO"

Por causa de la estructura climática del país ciertas zonas contaron con un número mayor de asentamientos prehispánicos, por ello resulta palpable la concentración de zonas

arqueológicas en ciertos estados. El análisis se realizará con base en la segmentación de las zonas económicas³³.

La zona 6 y 7 son las más abundantes en cuanto a esta clase de patrimonio, si a esto relacionamos que son las regiones más marginadas de nuestro país, presentando un índice de pobreza bastante alto, la explotación de estas zonas arqueológicas, sobre todo vía turismo, pueden servir como inicios de un desarrollo escalonado con una economía a escala generadora de empleos, esto es, en este plano la explotación cultural del sector público puede encaminar un área económica impulsora alternativa.

Según el propio Atlas de Infraestructura Cultural en México, de CONACULTA, los sitios más visitados en el periodo de 2000 a 2006 han sido: Teotihuacán, Chichén Itzá, Tulum, Tajín, Xochicalco, Monte Albán, Palenque, Uxmal, Cholula y Tula. La distribución de visitantes/ zonas arqueológicas de este periodo se expone en la siguiente tabla (Véase *tabla 2.1.4*)

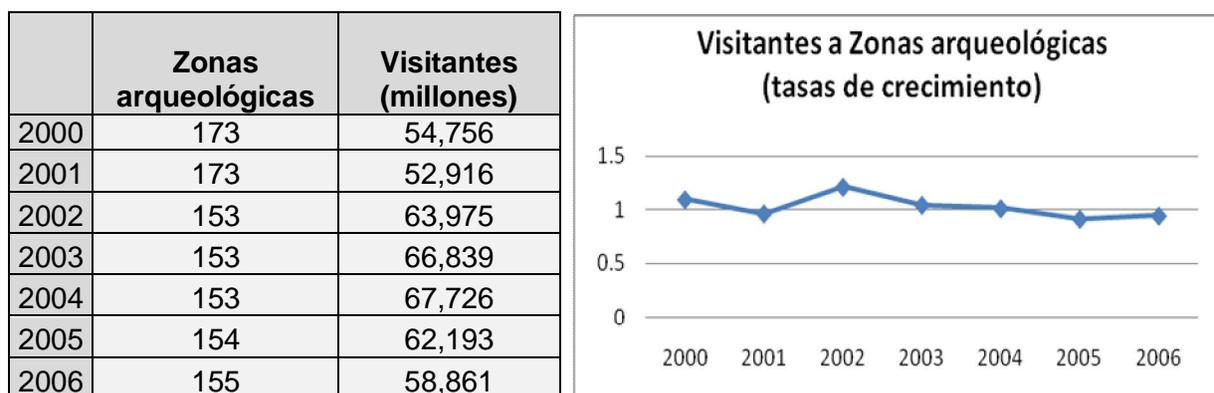


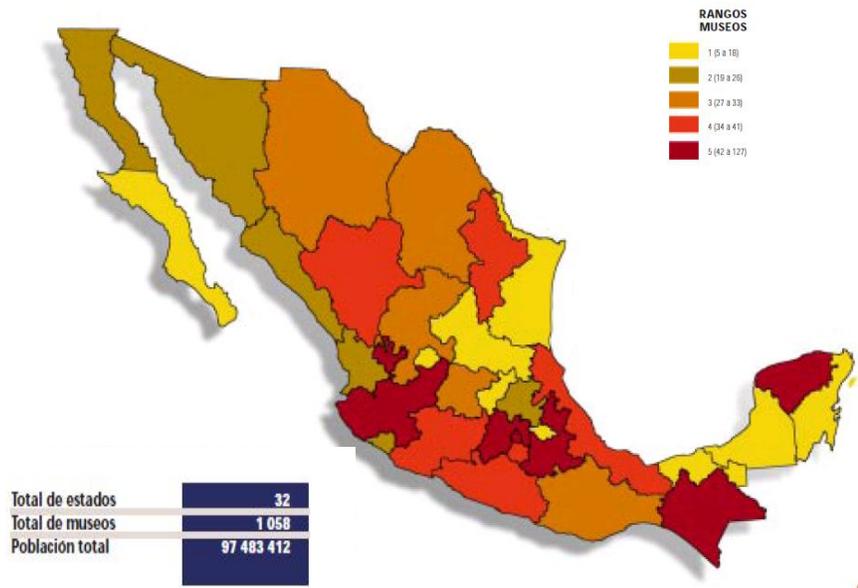
TABLA 2.1.4.i- Fuente: Información sobre la Cultura en México, UNAM, 2009

La realidad muestra que las variaciones en visitas a sitios arqueológicos es poco variable en el tiempo, por lo menos en el periodo que analizamos, esto nos habla de una estandarización en los procesos y preferencias de visita a los que este tipo de sitios tiende.

³³ En los años 70's la República Mexicana se dividió en regiones llamadas zonas económicas, con el objetivo de mejorar las relaciones sociales, políticas, pero en especial económicas de los estados vecinos. La función de esta división fue la creación e implementación de políticas y medidas estratégicas encaminadas a atender las necesidades particulares de cada zona. Las zonas económicas en México son y se componen por: ZONA 1- NOROESTE: Baja California Norte y Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit. ZONA 2- NORTE: Chihuahua, Coahuila, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí. ZONA 3- NORESTE: Nuevo León y Tamaulipas. ZONA 4- CENTRO OCCIDENTE: Jalisco, Aguascalientes, Colima, Michoacán y Guanajuato. ZONA 5- CENTRO ESTE: Querétaro, Estado de México, D.F., Morelos, Hidalgo, Tlaxcala y Puebla. ZONA 6- SUR: Guerrero, Oaxaca y Chiapas. ZONA 7- ORIENTE: Veracruz y Tabasco. ZONA 8- PENÍNSULA DE YUCATÁN: Campeche, Yucatán y Quintana Roo.

- **MUSEOS**

En México, la presencia de museos es parte de una larga tradición cultural iniciada en épocas virreinales, con la creación del Museo de Historia Natural en 1790. Además de esto la capital del país es una de las ciudades con más museos en el mundo, de los cuales uno de los más destacables es el Museo Nacional de Antropología e Historia, creado en el gobierno del General Lázaro Cárdenas se le considera uno de los museos más prolíficos y con más poder de convocatoria a nivel internacional con sus exposiciones fijas y temporales son un referente obligado cada que se visita la ciudad. (Véase *mapa 2.2.5*)



MAPA 2.1.5.ii. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "INFRAESTRUCTURA"

Los museos quizás han sido una de las formas en que mejor se ofrece la variedad cultural de nuestro país para su consumo masivo y ofrecen una demostración más cuantificable del consumo que se le da al patrimonio. Lo interesante en este aspecto es que son los museos de antropología y cultura, más que los de ciencias, los que llaman la atención tanto de extranjeros como de nacionales lo que nos habla de un nicho de mercado aprovechable dentro de las posibilidades que nos ofrece el país.

	MUSEOS	VISITANTES
2000	429	86,091
2001	478	82,378
2002	557	70,061
2003	582	79,750
2004	601	81,698
2005	698	64,965
2006	736	59,289

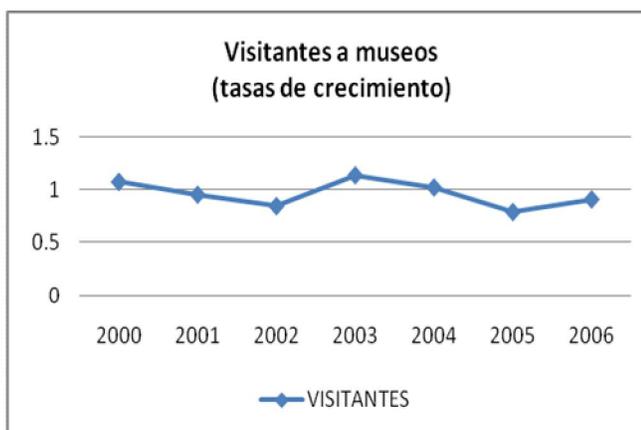


TABLA 2.1.4.ii- Fuente: Información sobre la Cultura en México, UNAM, 2009

2.2 INDUSTRIAS PROTEGIDAS POR DERECHOS DE AUTOR

El concepto contemporáneo de cultura concibe tres grandes conjuntos de actividades de su sector, el patrimonial, el artesanal y finalmente el referido a las industrias protegidas por derechos de autor. Estos tres tipos se encuentran íntimamente relacionados tanto en la esfera estética, financiera, económica y social, formando, entre todos, los recursos culturales de una nación. En un país organizado (...) el patrimonio cultural se nutre en el tiempo con las mejores expresiones de la creación contemporánea y de la cultura industrial; (...) las industrias culturales representan la más importante fuente de trabajo para los artistas (...) a la vez que les proponen nuevas formas y técnicas para expresar su trabajo creador.³⁴

Los bienes culturales no son la excepción del nuevo patrón de vida, que incluye el comercio, la producción, el consumo y hasta las relaciones sociales. Es cierto que existen numerosas dificultades en la confiabilidad y comparación de estadísticas nacionales en cuanto al comercio de bienes y servicios culturales, su crecimiento es innegable.

Esto es lo que se conoce como patrimonio Industrias Protegidas por Derechos de Autor; expresiones artísticas y culturales apoyadas por la tecnología y haciendo uso de medios de comunicación masivos bajo el sistema de producción industrial, como lo son creaciones literarias, teatrales, televisivas, cinematográficas, etc.

³⁴ B. Miegé, Problèmes posés à la création artistique et intellectuelle par le développement des industries culturelles nationales et internationales, Paris, UNESCO, 1983. Traducción propia. Disponible en : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2009-supplement/pdf/Actes%20de%20Douala-Miegé-pp75-81.pdf. Consultado en: junio 24 de 2010.

Ahondemos en este punto, las actividades protegidas por los derechos de autor, son uno de los sectores más dinámicos en los países considerados de primer mundo, en el entorno de una economía en la que, el sector servicios ha aumentado considerablemente su participación y ante una globalización económica y cultural. Desafortunadamente, estas actividades han recibido poca atención y son poco estudiadas a pesar de su indiscutible repercusión no sólo en lo cultural y en lo social sino también en la economía doméstica, así como de las ventajas comparadas con las que cuenta la sociedad mexicana en estas actividades.

“...Para los economistas los derechos de propiedad intelectual contienen en su totalidad a los derechos de autor así como las patentes...solo se tomarán en cuenta a los derechos de autor. La legislación de los derechos de autor está justificada como protección e incentivo a la creatividad. A cambio de esta protección, la sociedad espera que los creativos dejen su trabajo disponible y que un mercado se cree para que en él pueda realizarse la compra-venta...”³⁵

Se considera que los derechos de autor son un sistema de garantías para proteger la operación de los diversos agentes económicos que se dediquen a explotar la propiedad intelectual y la creatividad, si éstas son respetadas y cumplidas los costos pueden disminuir y los incentivos que atraigan creadores e inversores crecerán. En México existe la regulación correspondiente que en su mayor parte se encuentra a manos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial³⁶, desafortunadamente la aplicación de esa normatividad es limitada y da mucha

cabida a la informalidad. Los derechos de autor pueden ser considerados como bienes o servicios, son industrias innovadoras, intensivas de trabajo, reconocidas por la UNESCO. Este tipo de bienes lo constituye, sobre todo, aquellos relacionados con la industria cultural contemporánea, como lo son la cinematografía, la televisión, el radio y la editorial, por mencionar las más importantes.

El mexicano promedio tiende mucho a consumir cultura en los ratos de ocio, esto probablemente se derive de la inclinación al lado artístico y creativo característico de la

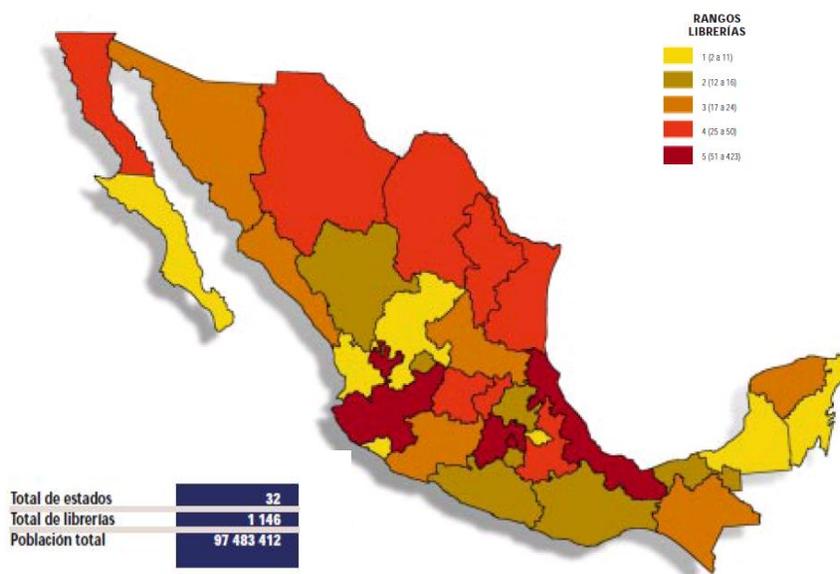
³⁵ Hillman, 1983, citado en Piedras, Ernesto, “¿Cuánto vale la cultura?”, Ed. CONACULTA, 2004

³⁶ Es un Organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial y derechos de autor en nuestro país.

idiosincrasia del mexicano, independientemente de ese hecho la realidad es que en México se ha fomentado el mayor desarrollo de éstas industrias creativas, que a la fecha cuentan con gran importancia en la economía.

- **TEATROS**

La cultura popular mexicana se ha encontrado fuertemente inclinada hacia la asistencia a obras teatrales sin embargo, con la presencia de la delincuencia en la actividad nocturna de todas las ciudades del país el descenso de esta actividad fue muy notorio. De unos años para acá, numerosas han sido las empresas independientes que buscan reactivar esta actividad de entretenimiento nocturno que fue sustituida por antros y bares. (Véase mapa 2.2.1)



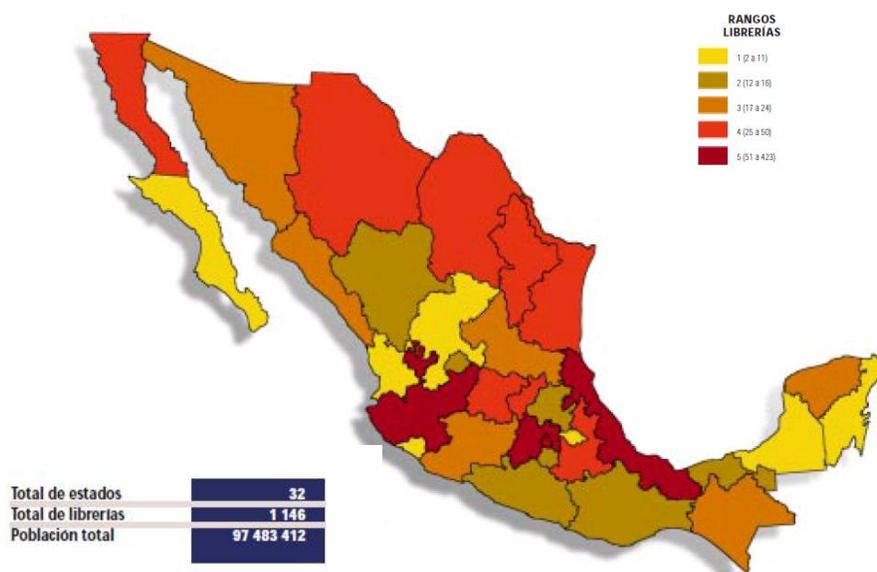
MAPA 2.2.1. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "INFRAESTRUCTURA"

La realidad es que en México la oferta teatral es igual de variada que los gustos de la población, existen ofertas interesantes para toda clase de públicos y dentro de este proceso de reactivación se han montado en diversas ciudades obras teatrales con infraestructura y calidad comparables con puestas en escena de Broadway, si bien se ha recurrido mucho a la adaptación de textos extranjeros para su montaje en México,

también se está incrementando la oferta de producciones de historias originales mexicanas que pueden ser otro medio de exportación y venta de cultura nacional.

- **LIBRERÍAS**

Es de conocimiento común la poca inclinación del mexicano promedio hacia la lectura. En realidad éste problema tiene una relación estrecha con carencias académicas que enfrenta el país, sin embargo aun sigue siendo abundante la oferta editorial que se encuentra distribuida de manera mas o menos variada dentro del territorio nacional. (Véase mapa 2.2.2)



MAPA 2.2.2. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "INFRAESTRUCTURA"

Dos observaciones son relevantes de mencionar respecto a lo que se expone en el mapa anterior (2.2.2); la primera consiste en la relación directa entre el analfabetismo y la carencia de librerías, esto es, los estados con un mayor índice de deserción escolar y atraso, como Quintana Roo, Oaxaca y Guerrero tienen una menor disponibilidad de sitios donde puedan adquirirse productos editoriales. La otra característica radica en la escasez general de librerías en el país, considerando el tamaño total de la población la proporción en existencia corresponde a una librería por cada 85,064 habitantes, cifra no suficiente

que se agrava con la concentración de estos sitios en las principales ciudades del país, como lo son la Ciudad de México, el Estado de México y Jalisco.

- **SALAS DE CINE**

Si es que en verdad existe alguna tendencia común en los patrones de consumo cultural y de entretenimiento en la población mexicana esa es la asistencia al cine, desde el comercial hasta el de arte, en todas sus variantes. Durante mucho tiempo la Industria Cinematográfica mexicana fue sumamente poderosa, un monstruo productivo que generaba grandes e importantes cadenas de valor, así como ganancias substanciales por concepto de exportación y venta de sus productos. El conocido Siglo de Oro del Cine Mexicano en realidad abarcó aproximadamente tres décadas de abundantes y prolíficas producciones nacionales consumidas en gran medida por el propio mercado interno. Después de esta época se considera que el cine nacional cayó en un periodo de decadencia, en el que ese nicho de mercado fue aprovechado por producciones extranjeras, sobre todo norteamericanas que durante muchos años monopolizaron este sector. Otras opciones cinematográficas se ofrecieron al país, como el cine francés, el alemán y el italiano, por mencionar algunos, aunque ninguno con tanto éxito como el proveniente de Hollywood. En las últimas dos décadas se han presentado numerosos intentos por parte de casas productoras independientes y alianzas México-internacionales para reactivar el cine nacional, algunos casos aislados merecen el reconocimiento, desafortunadamente, en su mayoría solo podemos decir que el cine nacional está en el proceso de levantarse, aunque aun falta mucho para que llegue a los niveles que poseía anteriormente.

Aprovechando este gran mercado que México representa para la Industria del Cine varias empresas han buscado establecer una infraestructura a lo largo y ancho del territorio para exhibir los productos de este corte, logrando con éxito la proliferación de esta empresa. (Véase cuadro 2.2.3.i)

Salas de cine en México

Año	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Salas	1 913	1 658	1 616	1 415	1 434	1 495	1 639	1 850	2 105	2 320	2 117	2 579	2 823

Tabla 2.2.3.i. FUENTE: CANACINE. "Comparativo anual 2002 vs 2001". Nielsen, México.

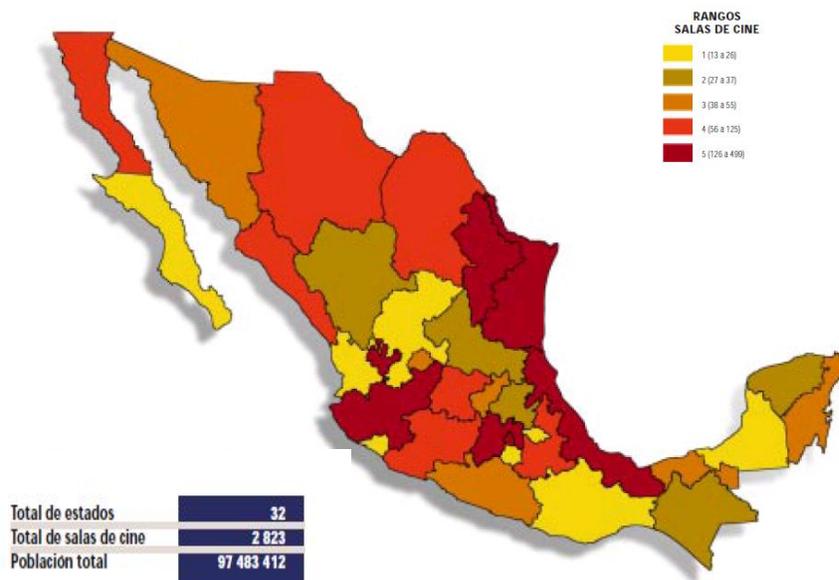
En la mayor parte de los casos el desarrollo de esta industria ha sido impulsada y llevada con éxito por el capital privado (Véase cuadro 2.2.3.ii), mientras que la oferta pública se limita a algunas salas municipales de cine y a la CINETECA nacional, enfocada principalmente a lo que se considera como cine de arte, siendo el único escaparate estatal existente para la difusión de creaciones nacionales poco comerciales.

Número de salas de cine por cadena 2000-2002

	2000	2001	2002
Organización Ramírez	740	742	871
Multimedia Cinemas	350	450	492
Cinemex	289	312	361
Cinemark	202	243	250
Cinemas Lumiere	76	85	88
Intecine	48	50	54

Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "INFRAESTRUCTURA"

La distribución en los estados sigue siendo igualmente concentrada en las áreas de mayor desarrollo e ingreso. (Véase mapa 2.2.3)



MAPA 2.2.3. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "INFRAESTRUCTURA"

Los estados con mayor población urbana cuentan con niveles más altos de infraestructura cinematográfica, en gran medida por causa de características de la población, así como

de la cuantía y características de las instalaciones comerciales. De nuevo el Distrito Federal, el Estado de México, Nuevo León y Guadalajara son los principales depositarios de la inversión de esta rama de la industria cultural. Si prestamos algo de atención esto nos indica una pauta de la nueva organización que se está forjando en la industria cultural que explota el patrimonio cultural contemporáneo misma que se está concentrando marcadamente en las regiones industrializadas, a diferencia del patrimonio histórico de la nación que se encuentra disperso en varias zonas marginadas del país y por ende pueden sugerir una alternativa a la que se hará mención más adelante.

- **ESTACIONES DE TELEVISIÓN ABIERTA**

En México como en ningún otro lugar del mundo se observa marcadamente la existencia de un “pseudo duopolio” en el sector televisivo: Televisa y TV Azteca (en mucho menor medida Cadena 3).

Al referirme como “pseudo” a esta figura de concentración del mercado es básicamente por la falsedad a la que se incurre cuando se considera que TV Azteca es en algo equiparable a Televisa o si en el caso de la creencia de que en algún punto la primera representa competencia para el monstruo corporativo que es la segunda.

Es verdad que Televisión Azteca, propiedad de Grupo Salinas Pliego es una corporación envidiable ícono del éxito en la rama del entretenimiento, durante las dos décadas que han transcurrido desde su creación tal cual la conocemos el día de hoy ha evolucionado mucho, creciendo y diversificándose en varios sentidos. A pesar de esto en absoluto es comparable con Grupo Televisa, que tiene más de medio siglo de existencia con orígenes de casi un siglo en el área radiofónica, siendo pionera de la televisión en México, dueña de la más amplia red de infraestructura y con una diversificación que se extiende por todos los campos del sector del entretenimiento y con una presencia mundial reconocida e imponente que la colocan como una de las trasnacionales más influyentes y prolíficas en el área de las telecomunicaciones. Aunado a lo anterior la misma presencia en el mercado de estas dos empresas es remotamente similar, por una parte TV Azteca cuenta con únicamente dos canales en la televisión abierta mexicana (canales 7 y 13), presencia como socio en otro más (canal 40 o proyecto 40) y algunos otros en lo que se conoce como Azteca América, sin olvidar alguna ligera presencia en la televisión por cable. Por su

parte, Televisa cuenta con cuatro canales en la televisión abierta mexicana (canales 2, 4, 5 y 9) presencia en un canal cultural (canal 22), socio mayoritario con numerosos programas en un sistema de televisión de paga (SKY), así como accionista en la televisora latina más importante en Estados Unidos (UNIVISION) por mencionar algunas.

Lo anterior más allá de la trascendencia corporativa de esta empresa le otorga un importante papel político y social considerando el poder de convocatoria y de convencimiento que tiene la televisión, aunado al nivel de alcance que tiene en nuestro país (Véase *mapa 2.2.4*), hacen de ella lo denominado El Cuarto Poder.



MAPA 2.2.4. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "RADIO Y TV"

Como se aprecia en el mapa anterior el alcance de la televisión abierta en el territorio nacional es casi absoluto, considerando que incluso hay zonas del país en el que no llegan algunos servicios públicos como el agua o la electricidad, pero si las señales del canal 2 o del canal 13.

Para muchas regiones la única oferta cultural a la que tienen acceso es a la que les presenta la Televisión, puesto que es la alternativa más accesible por el bajo costo y la facilidad de adquisición que representa, si tomamos este enunciado como veraz resulta reprensible la actitud del Estado en varios planteamientos: el primero la falta de regulación para evitar la concentración tan excesiva que se ha dado en este sector que debería considerarse como estratégico o prioritario, ahora bien, el segundo se relaciona con esto,

siendo un sector de importancia e influencia en el país podría ser recomendable una presencia más activa del Estado mexicano en ella, considerando que su participación es mínima con algunos canales de corte cultural y de poco alcance (canal 11 y 22, por mencionar algunos de televisión abierta).

- **RADIODIFUSORAS**

El radio fue uno de los primeros actores del sector de las telecomunicaciones en nuestro país que data de la primera mitad del siglo XX. En inicio, como pasó con la televisión se consideró un servicio de corte urbano de acceso para estratos altos y medios altos de la población, pero que, con el paso del tiempo, se volvió la principal fuente de información del mexicano, aunque desplazado por la llegada de la televisión el sector radiofónico sigue conservando una importancia, si bien menor que la anterior, como fuente de información confiable, en muchos casos más que la de la televisión, sin olvidar mencionar la variedad que oferta a diferencia de su símil audiovisual.

Desafortunadamente, en este sector la concentración también se encuentra presente³⁷, si bien en menor medida que la televisión y con más actores en el mercado, la diferencia entre los dos grupos de radio comercial más importantes y los que ocupan la posición novena y décima de la lista de participación es abismal. (Véase cuadro 2.2.10.i)

Los 10 grupos mexicanos de radio comercial más importantes en 2003

Nombre	Número de estaciones
Radorama	190
Grupo ACIR/Corporación Mexicana de Radiodifusión	159
Radiocima	92
Organización Impulsora de Radio (OIR)	89
Sociedad Mexicana de Radio (SOMER)	77
Promosat de México	62
Radiodifusoras Asociadas (RASA)	57
MVS Radio	51
Radiodifusoras Unidas Mexicanas/Organización Radio Fórmula (RAMSA/ORF)	43
Organización Estrella de Oro/Multimedios Estrella de Oro	38

Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "RADIO Y TV"

³⁷ Considerando que en casi todos los casos el sector radiodifusor constituye una extensión de las principales televisoras nacionales que son dueñas o accionistas de varios grupos de radio.

Afortunadamente, en muchos sentidos, el acceso al sector radiofónico es mucho mayor como escaparate para nuevas y diferentes expresiones culturales del sector artístico nacional, por lo que dentro de las nuevas formas de difusión cultural es la que mejor ha cumplido su objetivo. (Véase cuadro 2.2.10.ii)

Red Nacional de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Televisora Hermosillo, S.A. de C.V.
(Hermosillo, Sonora) 2. Radio Sonora
(Hermosillo, Sonora) 3. Instituto Estatal de Radio y Televisión de Baja California Sur
(La Paz, Baja California Sur) 4. Radio Torreón
(Torreón, Coahuila) 5. Sistema de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma de Nuevo León (San Nicolás de los Garza, Nuevo León) 6. TV Nuevo León
(Monterrey, Nuevo León) 7. Radio Nuevo León
(Monterrey, Nuevo León) 8. Sistema Estatal de Radio Tamaulipas
(Victoria, Tamaulipas) 9. Radio Zacatecas
(Zacatecas, Zacatecas) 10. Sistema de Radio y Televisión de Nayarit
(Tepic, Nayarit) 11. Radio y Televisión de Aguascalientes
(Aguascalientes, Aguascalientes) 12. Sistema Jalisciense de Radio y Televisión
(Guadalajara, Jalisco) 13. Dirección General de la Coordinación General de Extensión Universitaria de la Universidad de Guadalajara
(Guadalajara, Jalisco) 14. Unidad de Televisión de Guanajuato
(León, Guanajuato) 15. TV Colima
(Colima, Colima) 16. Sistema Michoacano de Radio y Televisión
(Morelia, Michoacán) 17. Universidad Autónoma de Querétaro
(Querétaro, Querétaro) 18. Radio Querétaro
(Querétaro, Querétaro) 19. Radio y Televisión de Hidalgo
(Pachuca, Hidalgo) 20. Radio Universidad Autónoma de Hidalgo
(Pachuca, Hidalgo) 21. Sistema de Radio y Televisión Mexiquense
(Metepec, Estado de México) | <ol style="list-style-type: none"> 22. Canal 11
(Gustavo A. Madero, Distrito Federal) 23. Canal 22
(Benito Juárez, Distrito Federal) 24. Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública. Miembro adherente
(Venustiano Carranza, Distrito Federal) 25. Instituto Mexicano de la Radio
(Benito Juárez, Distrito Federal) 26. Radio Universidad Iberoamericana
(Cuajimalpa, Distrito Federal) 27. Radio Educación
(Benito Juárez, Distrito Federal) 28. Radio Universidad Nacional Autónoma de México
(Benito Juárez, Distrito Federal) 29. Radio, Televisión y Comunicación del Congreso del Estado de Morelos (Cuernavaca, Morelos) 30. Radio de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos
(Cuernavaca, Morelos) 31. Coordinación de Radio, Cine y Televisión del Gobierno del Estado de Tlaxcala (Tlaxcala, Tlaxcala) 32. Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla
(Puebla, Puebla) 33. Radio y Televisión de Guerrero
(Acapulco, Guerrero) 34. Radio y Televisión de Veracruz
(Xalapa, Veracruz) 35. Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión
(Oaxaca, Oaxaca) 36. Televisión y Radio de Tabasco
(Centro, Tabasco) 37. Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión
(Tuxtla Gutiérrez, Chiapas) 38. Sistema de Televisión y Radio de Campeche
(Campeche, Campeche) 39. Sistema Teleyucatán, S.A. de C.V.
(Mérida, Yucatán) 40. Sistema Quintanarroense de Comunicación Social
(Othón P. Blanco, Quintana Roo) 41. Radio Bilingüe. Miembro adherente
(California, EUA) |
|--|---|

CUADRO 2.2.10.ii. Fuente: Atlas de infraestructura cultural de México. Sección "RADIO Y TV"

2.3 CONSIDERACIONES FINALES

El respaldo y cuidado de la oferta cultural en México

En un esfuerzo por proteger al Patrimonio Cultural se creó La Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural y la Dirección General de Sitios y Monumentos tienen como objetivo fundamental brindarle mayor coherencia a los programas nacionales de protección del patrimonio. Sin embargo, éstas no son las únicas instituciones que se encargan de la preservación, difusión y creación cultural en nuestro país. En México existe una inmensa pluralidad de tradiciones y expresiones artísticas y culturales, lo que implica un compromiso entre todos los sectores y grupos de la sociedad, dada la vastedad y riqueza de cultura (el simple número de sitios arqueológicos en el país ya supera la cifra de 200 000³⁸). Por ende, el compromiso incluye tanto al Gobierno Federal, a los Gobiernos Estatales, a las Universidades, así como al sector privado. Dentro de las Instituciones que destacan por su labor en el área encontramos:

- **Archivo General de la Nación**
- **Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE)**
- **Centro Nacional de las Artes (CENART)**
- **Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA)**
- **Consejo Nacional para la Cultura y la Artes (CONACULTA)**
- **El Colegio de México (COLMEX)**
- **Fondo de Cultura Económica (FCE)**
- **Fondo Nacional para la Cultura y la Artes (FONCA)**
- **Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)**
- **Los institutos de cultura de los estados**

Además de estas instituciones y el apoyo estatal y privado del país, existen organismos internacionales preocupados por el fomento y patrimonio cultural del país, mismo hecho que traducen en apoyos económicos y financiamiento de los mismos, Un ejemplo del hecho lo constituyen, por mencionar algunos, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

³⁸ Fuente: (INAH) <http://www.inah.gob.mx/index.php/zonas-arqueologicas/zonas-arqueologicas/groupe/156>. Consultado en: agosto 28 de 2010.

Todos estos organismos fungen como protectores del patrimonio, vía promoción, producción y distribución, así como cuidado del mismo, ampliando la oferta y la variedad de la misma.

México cuenta con un vasto y diverso patrimonio cultural que si se le considera y proporciona un trato eficaz y oportuno, a través de políticas que vayan más allá de un simple resguardo o intención de exhibición, puede traducirse en riqueza.

De la misma forma la gestión requiere de una mayor evolución para que sea capaz de procurar el acceso igualitario a sus derechos culturales,

La cultura de un pueblo constituye una dimensión central para el modelo de desarrollo social, la cohesión nacional y la proyección internacional del país.

Debe tenerse como principales objetivos explorar la situación de la producción cultural en el país que auspicia el Estado para de esta forma ser conscientes de nuestras potencialidades en el ramo.

III. EL MARCO INSTITUCIONAL DE LA CULTURA, MEDIOS PARA SU APROVECHAMIENTO

*Siempre existe una acción cultural aunque no se enuncie explícitamente.
Hasta la aparente no-existencia de una política cultural la define.
Impedir el desarrollo de determinadas manifestaciones y obviar o
neutralizar otras, forma parte de una política cultural
Cultura: el sentido del desarrollo, Olmos 2004*

3.1. MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL DEL SECTOR CULTURAL

3.1.1 Políticas Culturales

Concepto

Se define como Políticas Culturales al *conjunto de intervenciones, acciones y estrategias que distintas instituciones gubernamentales, no gubernamentales, privadas o comunitarias, llevan a cabo con el propósito de satisfacer necesidades y aspiraciones culturales, simbólicas y expresivas de la sociedad en distintos niveles y modalidades.*³⁹

Para elaborar políticas culturales es necesario entender el espacio cultural vigente en el destino a aplicar, así como la variedad cultural de los destinatarios, su complejidad así como las instituciones encargadas de difusión y promoción cultural. Ahora bien, al ser una política sectorial, las políticas culturales se encuentran insertas en la política pública, así que al diseñarse deben considerarse las características sociales, políticas y económicas de la región y del país en particular para establecer un marco de acción; por lo tanto, la pertenencia al Tercer Mundo debe servir como punto de partida para el diseño de toda política, así como la firme convicción de crear políticas específicas y no errar en la intención de trasladar los modelos concebidos en los países desarrollados. Es evidente que, como en muchas otras áreas públicas, la implantación de modelos ajenos tiende al fracaso o a resultados contradictorios a los esperados; no será igual el impacto de los productos culturales masivos norteamericanos en América Latina que en Francia, por las propias condiciones de la sociedad y economía. Si es verdad que existen coincidencias estratégicas las herramientas para enfrentar los problemas son disímiles.

³⁹³⁹ Olmos, Ibid. Pp135.

Teoría de la política cultural

Las políticas culturales cuentan con un vasto campo de acción, mismas que van desde la intención de preservar el patrimonio, administrar y reglamentar a la industria cultural (mismo hecho que se encuentra poco desarrollado) y sobre todo tiene la función de establecer canales de distribución y recepción de bienes y objetos artísticos y culturales. De esta forma se entiende, por lo tanto, que de alguna forma u otra el campo cultural busca y necesita de una autonomía para la creación, circulación y consumo, siendo mediado únicamente por el entorno social.

Todo punto de partida para la elaboración de políticas culturales (y en general de cualquier política) debe ser la correcta definición de la materia a gestionar, así como los objetivos deseados. De acuerdo a lo descrito los tipos de políticas se clasifican de la siguiente forma:

Tipos de Políticas	<u><i>Patrimonialista</i></u> : pone especial atención en la preservación cultural.
	<u><i>Difusionista</i></u> : su atención especial es sobre la difusión de los valores de la alta cultura.
	<u><i>Democrática</i></u> : su objetivo es privilegiar la participación creativa.

Es posible que dentro de un mismo territorio se apliquen más de un tipo de política, que en su conjunto articulen una Política de Estado con un marco de atención variado. Es importante destacar que el tipo de política no es lo mismo que el eje de acción, si bien puede diversificarse la atención de las políticas los ejes deben ser, en teoría, homogéneos.

Ejes de las Políticas Culturales

De acuerdo a la concepción de la UNESCO sobre políticas culturales se considera que éstas deben articularse sobre cuatro principales ejes:

1. Protección del patrimonio cultural. En ocasiones íntimamente relacionado con el patrimonio natural.
2. Apoyo a los creadores. No se centra únicamente en el aspecto mercantil, hace hincapié, sobre todo, en la rentabilidad social de las acciones y en un segundo término la económica
3. Industrias Culturales. Marco de regulación y normatividad de esta industria "híbrida".
4. Cooperación Cultural. Enfocada en la inversión nacional y extranjera.

3.1.2 Breve repaso de las políticas culturales y su presencia a través de la historia

En la cultura occidental se pueden distinguir varios tipos de políticas culturales, que han ido evolucionando junto con la propia percepción social. A lo largo de diversos momentos históricos la Política Cultural ha sido una importante empresa del Estado con diversos fines, desempeñando papeles que consistían desde el adoctrinamiento del pueblo a la ideología predominante hasta como medio para educar al grueso de la población.

Durante la Edad Media la estructura económica-social de la población se encontraba estructurada bajo el sistema feudalista, en la cual se daba una relación de explotación agrícola basada en el arrendamiento de tierras hacia los siervos por parte de los señores feudales, lo cual motivaba una fuerte concentración de la riqueza (aunque nada comparado con la concentración capitalista), en la cual, la inversión de dicho patrimonio se dirigía hacia el gasto en arte y cultura, auspiciado sobre todo por la iglesia, que era la mayor poseedora de bienes. Es por tanto que todo este gasto se le consideraba gasto suntuario, únicamente reservado para rendir honor a Dios. La cultura se difundía a partir de varios medios, por parte de los burgos o talleres artesanales que transmitían sus conocimientos de boca en boca o por parte de la iglesia en sus escuelas de Studium Generale encargadas de la sistematización de la transmisión cultural. Sin embargo, en ésta época, el elitismo en la transmisión del conocimiento y la cultura, así como su destino meramente de orden clerical, mantuvo a las políticas culturales lejos de las necesidades coyunturales de la población.

En la época de los principados, al final de la Edad Media y a inicios del Renacimiento, los ejes de las acciones intelectuales, artísticas y por ende culturales, se encontraban sujetos

a la voluntad principesca tanto de los gobernantes católicos como asiáticos, que gestionaban entre el poder y el arte, dependientes siempre de las inclinaciones personales de los monarcas. Si bien la cultura tenía un alcance de difusión mayor, aun seguían siendo dependientes de un grupo reducido y no respondían al entorno global de la sociedad de aquel tiempo.

Con el inicio de las revoluciones liberales las monarquías absolutas comenzaron su decadencia otro grupo ocupó el poder, la burguesía. Ahora los patrocinios culturales se encontraban subordinados a estos nacientes “empresarios”, que si bien patrocinaban corporativamente, sus decisiones discrecionales seguían simulando las actitudes principescas. El avance en éste periodo no fue notorio, puesto que lo único que se hizo fue un trasplante de acciones de un grupo a otro.

Con la constitución de los Estados-Nación se dio otro tipo de modalidad en las políticas culturales, ahora inmersas en la acción estatal, se caracterizaron, sobre todo, por políticas de corte nacionalista, que pretendían poner el centro de su atención en la preservación de los tesoros nacionales y en el cobijo y apoyo de los denominados “artistas e intelectuales nacionales”. Lo anterior fomentaba un tipo de “monocultura” apoyado por el ejército, la iglesia y el sistema educativo.

A partir de la Segunda Guerra Mundial las políticas comenzaron a guiarse por el objetivo de correspondencia a las demandas de responsabilidad política y las de orden cultural, motivando que éstas últimas contribuyeran libremente en los procesos sociales, económicos y políticos.

Durante la segunda mitad del siglo XX las tendencias políticas culturales comenzaron a consolidarse y a fundirse con las necesidades contemporáneas de la sociedad. En los años 50's el objetivo primordial nivel internacional, en especial en Europa era la reconstrucción y reconciliación, orientando a la acción cultural hacia el público como agente de reconciliación social.

En los años 60's estas políticas se inclinaron fuertemente por su interés en la contribución de la cultura en la educación, especialmente la extraescolar y para adultos. En los 70's el “desarrollo” fue el eje de las políticas públicas y en el caso de las políticas culturales no se podía hacer una excepción, éstas buscaron integrar las culturas rurales y urbanas en los procesos de modernización vigentes, que se extendieron hasta la época de los 80's.

En los años 90's las políticas culturales se caracterizaron por hacerle frente a diversos fenómenos sociales que estaban ocurriendo en el entorno, como la integración social de los inmigrantes, la lucha contra la discriminación, la adaptación a la ideología neoliberal, la flexibilización de los procesos globales, etc. Ya en el siglo XXI se ha observado un importante uso de las tecnologías de la información en los usos y costumbres políticas y sociales, que se reflejan, por supuesto, en la preservación, difusión, consumo y creatividad cultural.

Pongamos un ejemplo, volvamos a voltear nuestra atención a este país que en muchos sentidos ha sido un vanguardista en el área cultural. Tan importante ha sido el factor cultural para Francia que hace medio siglo, aproximadamente, se dotó de un ministerio de cultura, lo cual representaba la continuación de una tradición francesa en la cual el estado colaboraba directamente en los asuntos relacionados a la cultura, como ejemplo podemos remontarnos a la época de Luis XIV (quizás un poco más atrás tiempo), en donde la figura del Estado resultaba determinante en la difusión, creación y patrocinio de todas las actividades que enaltecieran la cultura del país galo y que crearan una identidad que unificara las diversas casas recién consolidadas en dicho territorio, en esta etapa monárquica con el auge de la monarquía y el interés especial del Rey Sol por los aspectos políticos, económicos pero sobre todo culturales se logró una importante influencia ideológica en todo el continente, gracias a personajes como Molière, La Fontaine, Le Brun, entre otros. Los logros culturales realizados en esta época contribuyeron al incrementar el prestigio de Francia, de su pueblo y sobre todo de su lengua.

3.1.3. Entorno Latinoamericano: Caso México

En el entorno global la agrupación por bloques, ya sean económicos, políticos o culturales, es una tendencia que está marcando el nuevo orden mundial. En el ámbito económico México ha mostrado una fuerte inclinación hacia los países pertenecientes a América del Norte, especialmente hacia los Estados Unidos de Norteamérica. Sin embargo, en cuanto a raíces culturales, nuestro país comparte orígenes y patrones culturales comunes con los países de América Latina. En esta región se comparte una tradición y una historia de políticas culturales que se remonta hasta los pueblos indígenas,

además de un pasado común íntimamente relacionado con Europa. Estas relaciones se pueden analizar en cinco grandes periodos⁴⁰:

1. Período Colonial: Se le considera a la región como “inculta” por lo que es objeto de numerosas campañas evangelizadoras y de conversión para imponer lenguaje, religión y costumbres.
2. Período Independentista: En este periodo se presentó una independencia pero con alta dependencia cultural, aun se conservaban los patrones e idiosincrasia de la época colonial, consecuencia de la *desestructuración simbólica* de las culturas autóctonas. Las culturas locales buscan una consolidación y definición propia.
3. Período dependientista: Durante esta etapa la cultura latinoamericana se encontró subordinada a EU y sus tendencias, quedando reducida a un “patio trasero” cuyo único atractivo era el folclor, sin ofrecer una alternativa cultural.
4. Período de relativa “independencia”: Si bien la independencia al país norteamericano se redujo, ahora el modelo a seguir lo constituyeron los movimientos y acciones europeas.
5. Período “alboral”: en donde la región comienza a mostrar manifestaciones propias de su cultura, así como un importante grado de independencia cultural.

En la actualidad los procesos de relación del Estado con la cultura no son tan determinables dentro de un mismo marco común, puesto que en la misma región son distintos los modelos que se han adoptado. Por ejemplo, dentro de las acciones culturales que emprenden los gobiernos pueden distinguirse los casos cuando las políticas son tomadas discrecionalmente por los gustos o preferencias de los gobernantes, o cuando se toman siguiendo un plan de desarrollo como parte de la política de Estado.

Sin embargo, en el caso de México la acción del gobierno representa una mezcla heterogénea y desigual de ambos principios y se caracteriza porque los grupos en el poder establecen líneas generales de función y dentro de ella se perfilan algunos elementos relacionados con la acción cultural, desafortunadamente, gran parte de la misma se encuentra subordinada a los deseos personales de los grupos en el poder, con

⁴⁰ En esto se basaron principalmente, los estudios del teólogo, filósofo y escritor español Raimon Panikkar.

usos discrecionales del presupuesto. Estas acciones se encuentran lejos de contemplarse como políticas de estado, son heterogéneas y poco elásticas respecto a las necesidades coyunturales de la sociedad.

Este manejo ha caracterizado la presencia del Estado en las políticas culturales desde la época posrevolucionaria. Posterior a la Revolución Mexicana el gobierno nacional se caracterizó por una dictadura “democrática” con un grupo político dueño del poder. Durante esta época en la que el Partido Nacional Revolucionario (PNR), posteriormente Partido Revolucionario Institucional (PRI), estuvo al frente del país, el apoyo al sector cultural era dependiente de las decisiones de cada mandatario, a excepciones de algunas acciones aisladas que si bien fueron trascendentales no formaban parte de una idea de desarrollo cultural coherente para el país. A su vez, México se caracterizó por una fuerte inclinación al seguimiento de las tendencias hegemónicas culturales del momento, es decir, el papel y corriente que el gobierno decidía apoyar y adoptar se encontraba fuertemente ligado al vigente en los países desarrollados. En el periodo denominado como Vasconcelismo el desarrollo de la cultura y educación fue notable y comenzó a dar miras de un proceso de institucionalización de primer mundo. Aun después de la caída de este modelo, la apertura de los años 50's permitió la entrada de nuevos proyectos cosmopolitas de las capitales culturales más importantes del mundo, seguido por intentos estatales por establecer normatividades perdurable.

Los 70's y 80's se vieron envueltos en un mar de innovaciones en el campo por parte de las Organizaciones internacionales y en las cuales México participó activamente (*Véase cuadro cronológico 3.1*). No fue sino hasta el gobierno de Carlos Salinas de Gortari - donde se promovía una reforma en el papel que el Estado venía jugando hasta entonces- que se propuso la “modernización de la cultura”, impulsando la mayor participación del Sector Privado en el área, misma ideología que se consolidó con la llegada del Partido de Acción Nacional (PAN) al poder -específicamente en el gobierno de Calderón-. En la década actual se han dado grandes pasos para el mejor funcionamiento del sector cultural de nuestro país, el impulso al turismo, en especial al turismo cultural ha sido notable, sin embargo existen bases que nos permiten asegurar que las mismas han sido insuficientes, sin embargo éstas se analizarán a profundidad al final de este capítulo.

Para comprender mejor de una manera concisa y ordenada la evolución del sector cultural en el mundo y la forma en que México ha estado involucrado en el mismo será importante revisar el cuadro cronológico que se presenta a continuación

Cuadro 3.1.1 Cronología de la evolución Cultural

ANTECEDENTES	AÑOS	ACONTECIMIENTOS	CARACTERÍSTICAS JURÍDICAS ⁴¹
ALBORES DEL SIGLO XX	1934	Se crea el Fondo de Cultura Económica (FCE), fundada por Daniel Cosío Villegas con el objetivo de proveer bibliografía en español a estudiantes de la ciencia económica.	En este siglo se acentúa el interés público nacional por la creación de patrimonio artístico, así como la creación y protección del patrimonio histórico. que se reflejó en la creación de organismos administrativos nacionales, algunos dependientes de los Ministerios o Secretarías de Educación Pública, que estaban destinados a este fin. Incipientemente, comienzan a crearse mecanismos de apoyo y fomento a la creación cultural, así como un marco legal que ampare los mecanismos de carácter cultural. Estos eventos se ven reflejados en las políticas nacionales de México, que, siguiendo el precepto del Estado benefactor promueven el mecenazgo gubernamental pues realizan acciones de apoyo como subsidios, especialmente al área de las artes. la transición de los años treinta, caracterizada por la aparición de organismos de Administración Nacional encargados de fomentar y apoyar a la cultura de manera permanente, su preocupación central radica en la creación de patrimonio artístico, así como la creación y protección del patrimonio histórico.
	1939	Se crea el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), fundada en el gobierno del Gral. Lázaro Cárdenas con el objetivo de preservar, proteger y difundir el patrimonio arqueológico, histórico y antropológico del país.	
	1944	Creación de los estudios Churubusco	El Estado contemporáneo comienza a cambiar, se enfrenta a transformaciones de tipo político, económico, social y cultural dentro de las vidas de sus
	1945	Creación de la Organización de las Naciones Unidas	

⁴¹ Según Edwin Harvey-experto en política cultural comparada de América Latina- (citado en Olmos, 2004) en el marco legal de las políticas culturales se distinguen estos momentos históricos durante el siglo XX en la región de Latinoamérica y México.

PERIODO DE POSGUERRA	1946	Creación de la Dirección General de Educación Extraescolar y Estética (antecedente del INBA).	ciudadanos, nacen organismos de carácter supranacional como la ONU, se plantea el reconocimiento de los Derechos Básicos del Hombre entre ellos la cultura y comienzan a consolidarse algunas instituciones que enmarcan la gestión cultural en México.
		Creación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).	
	1948	Creación de la Organización de los Estados Americanos (OEA).	
50'S	1950	Inicio de funciones del Instituto Nacional de Bellas Artes, tal y como hoy lo conocemos	Gracias a los nuevos organismos intergubernamentales específicos en materia cultural y educativa la cooperación cultural internacional se acentúa. A su vez, se incrementa continuamente el número de organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales (en el periodo de 1951-1959 se crearon 524 organizaciones), así como el incremento en las reuniones internacionales. En México y América Latina la creación y funcionamiento de organismos tradicionales se añan a los de conservación patrimonial ya existentes Se legisla nuevas pautas y normas de protección al patrimonio histórico, artístico y arqueológico de esta región y se vislumbran los primeros acuerdos en materia de Propiedad Intelectual. Las industrias culturales cuentan con el apoyo gubernamental y la cinematografía se fortalece como industria en nuestro país.
	1959	Inicia transmisiones el canal 11, dependiente del Instituto Politécnico Nacional con contenidos educativo-culturales.	
		Se crea el Ministerio de Cultura de Francia por orden del presidente De Gaulle	
60'S	1966	La Asamblea General de las Naciones Unidas aprueba los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos y Económicos, Sociales y Culturales, definitorios.	En esta década nacen diversos organismos nacionales de cultura en América Latina, que pretendían fomentar el perfil activo del Estado en este sector, mientras que en Europa se presentaba una gran reforma administrativa consecuencia de nuevas políticas culturales que ya contemplaban leyes de protección a la propiedad intelectual, nuevas estructuras de financiamiento para el desarrollo de la rama y preocupación por ahondar en las investigaciones al respecto. En este decenio comienza a ampliarse la brecha entre la postura estatal europea y latinoamericana en

			materia de cultura.
70'S	1970	La UNESCO convoca la Conferencia Intergubernamental sobre los aspectos administrativos, institucionales y financieros de las políticas culturales, realizada en Venecia con la concurrencia de 11 países de América Latina y el Caribe. ⁴²	Ésta década tuvo como parteaguas a la Conferencia de Venecia sobre Políticas Culturales, que hizo un llamado para realizar reuniones continentales que tuvieran como objetivo definir claramente la posición de las políticas culturales regionales, invitando a la creación de políticas de planeación que le proporcionaran un lugar adecuado a la acción cultural, por lo que los años 70's son sin duda uno de los periodos más fecundos en materia cultural. Se distinguió por un interés en las investigaciones especializadas e interdisciplinarias del tema, se integró en diversos programas vinculados al desarrollo, se le consideró fuente de inspiración en importantes convenciones y acuerdos jurídicos internacionales, así como base para la promulgación de normas nacionales e internacionales de legislación cultural, como inspirador de importantes declaraciones políticas de las cumbres de cultura y en general como base de inspiración de una nueva forma de percepción de la realidad política, económica, social e institucional en diversos y variados países de la orbe. Se consolidan las acciones internacionales enfocadas en el desarrollo integral de la cultura a nivel mundial, los que se ven apoyados y fomentados por las instituciones internacionales que fortalecen su presencia en el área. Organismos como
	1972	Convención Internacional sobre Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, convocada por la UNESCO. Creación de la Ley Federal sobre monumentos y zonas arqueológicas, artísticas e históricas en México.	
	1974	Creación del Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura (banco mundial de la cultura) como organismo autónomo especializado de la UNESCO.	

⁴² Como seguimiento de la Conferencia en Venecia se convocó a cuatro Conferencias Intergubernamentales, cada una señalada en el cronograma por la gama color verde.

	1978	Conferencia Intergubernamental de América Latina y el Caribe, en Bogotá.	<p>la OEA inician intensas acciones a favor de la cooperación cultural de grandes áreas⁴³ como la investigación en el campo, (las políticas culturales y la cooperación interdisciplinaria), la acción cultural, la comunicación social y difusión cultural, el patrimonio histórico y artístico y su entorno, y las artes vivas.</p> <p>México contó con una participación activa en las convocatorias internacionales participando en Convenciones, Conferencias, Recomendaciones y algunos tratados, si bien las acciones nacionales fueron menos activas el marco internacional se expandía rápidamente creando un escenario óptimo para el desenvolvimiento de un sector cultural ágil, versátil y amplio, aunque en las políticas nacionales radicaría el peso de hacerle frente a la realidad cambiante.</p>
80'S	1981	Creación de la Subsecretaría de Cultura del Ministerio de Educación Pública de México	<p>Este decenio se caracterizó por una gran cantidad de innovaciones técnicas, administrativas e institucionales que instrumentaron a las políticas públicas y privadas en el sector cultural que buscaban dar un seguimiento a las medidas tomadas. Las acciones locales e internacionales se intensificaron, se adoptan nuevos enfoques en las políticas culturales que son delegadas a los especialistas del tema. En América Latina comienza una ola de institucionalización del sector cultural, razón por la cual se adquiere una mayor importancia el financiamiento hacia la cultura.</p>
	1982	La UNESCO convoca a la Conferencia Mundial sobre Políticas culturales (MUNDIACULT), en México, DF.	
		Creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), organismo perteneciente a la Administración Pública Federal.	
	1985	Reunión de consulta regional en América Latina y el Caribe sobre mecanismos y procedimientos de administración y planificación de actividades	

⁴³ Mismas que pertenecen a su Programa Regional de Desarrollo Cultural.

		culturales, en Bogotá.(UNESCO):	
		Reunión de expertos sobre estadísticas e indicadores culturales en América Latina y el Caribe, en Río de Janeiro (UNESCO).	
		La Oficina de Educación Iberoamericana en el Congreso Iberoamericano de Educación se transformó en la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).	
	1988	Privatización de los estudios Churubusco Creación de la Comisión Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)	
90'S	1993	Inicia transmisiones el Canal 22, enfocado a reproducir emisiones culturales.	
	1994	Publicación del Programa Sectorial de Cultura 1995-2000	
DÉCADA ACTUAL	2000	Publicación del Programa Nacional de Cultura 2001-2006	En el entorno actual la formulación de políticas culturales se encuentra íntimamente ligada a las nuevas tecnologías, por lo que ha intentado incorporar al control y manejo de la cultura los nuevos conflictos que con ellas han venido. La incorporación de regulaciones a los derechos de autor son una clara muestra de la evolución de estas políticas según su entorno y la importancia de mantenerlas vigentes.
	2003	Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, Francia (UNESCO).	
	2005	Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París, Francia (UNESCO):	

	2007	Reunión Plenaria de Titulares de Cultura de las Entidades Federativas y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, Gro.	
--	-------------	---	--

TABLA 3.1- Fuente: Elaboración propia con datos de "Políticas Culturales en Iberoamérica" y base de datos UNESCO.

Actualmente los ejes de la política cultural de nuestro país son articulados por la Comisión Nacional para la Cultura y las Artes y se concentran, a grandes rasgos en los siguientes rubros (CONACULTA, 2010):

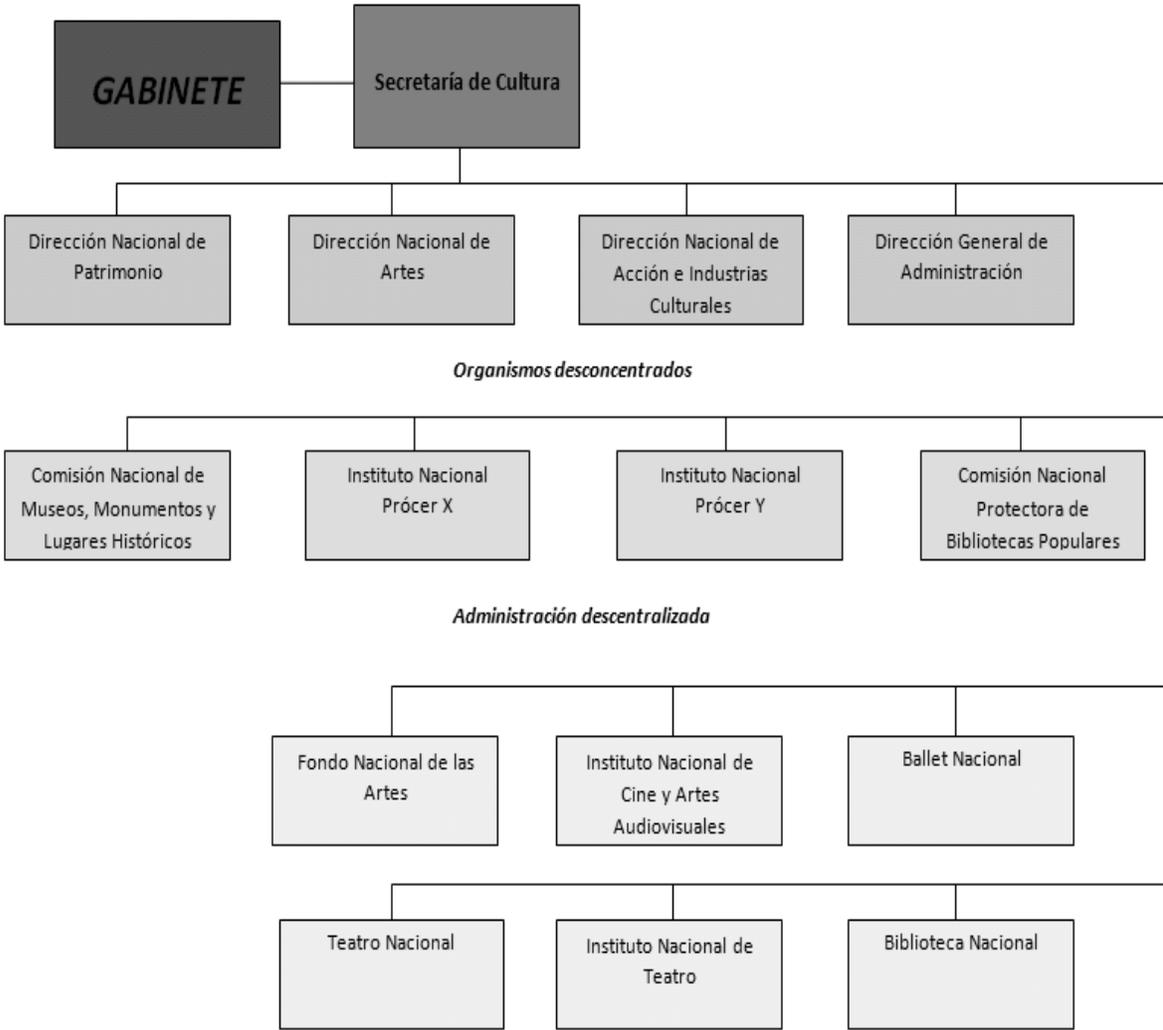
- 1. Patrimonio y diversidad cultural*
- 2. Infraestructura cultural*
- 3. Promoción cultural nacional e internacional*
- 4. Estímulos públicos a la creación y mecenazgo*
- 5. Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística*
- 6. Esparcimiento cultural y lectura*
- 7. Cultura y turismo*
- 8. Industrias culturales*

3.1.4 Marco institucional de las políticas culturales

Tradicionalmente, el sector cultural ha sido vinculado con la esfera pública y la presencia del Estado. Teóricamente la existencia de una Secretaría de Cultura no era parte de los planes gubernamentales, hasta que en la década de los 50's el gobierno francés tomó la vanguardia en el tema creando su propio Ministerio de Cultura, imitado, posteriormente por distintos gobiernos alrededor del orbe incluidos algunos de América Latina.

Por lo anterior, se estructuró un prototipo teórico para la optimización del sector teniendo como punto de partida al Gobierno y con una Secretaría de Cultura a la cabeza. (Véase Organigrama 3.1.1)

Organigrama 3.1.1. Estructura del Sector Cultural promedio



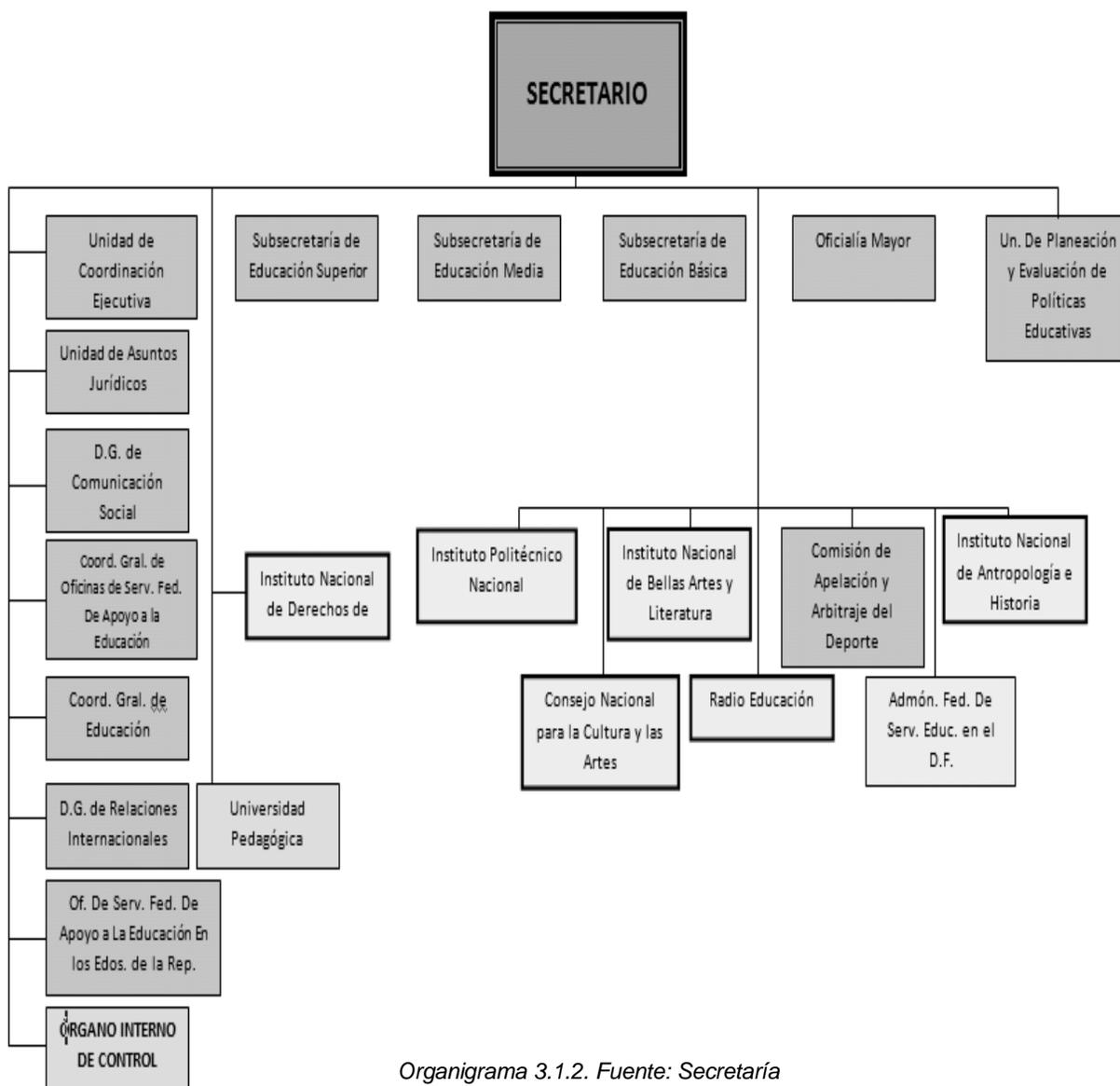
Organigrama 3.1.1. Fuente: Cultura, el sentido del desarrollo. Olmos, 2004.

Ya son varios los países en Latinoamérica que han elegido ir a la vanguardia en sus instituciones para poder adaptarse a los cambios estructurales que la inserción al mercado global les exige. Este planteamiento es aplicable a todos los niveles de la economía que compone a un país. Es notable que para el caso de México la renovación institucional no ha logrado convertirse en una herramienta demagógico, puesto que se

sigue sin hacerle frente a lo obsoleto de numerosos organismos públicos y a la carencia de otros tantos

Las carencias que nuestro país presenta en términos de relevancia cultural se encuentran expuestas en la estructura nacional de la Cultura, mismas que en pleno siglo XXI siguen subordinadas -presupuestal como institucionalmente- a la Secretaría de Educación Pública (SEP). La SEP es coordinadora de diversas instituciones culturales a las que les otorga cierta autonomía. La estructura institucional de México, en el área cultural es la siguiente:

Organigrama 3.1.2. Estructura de la Secretaría de Educación Pública



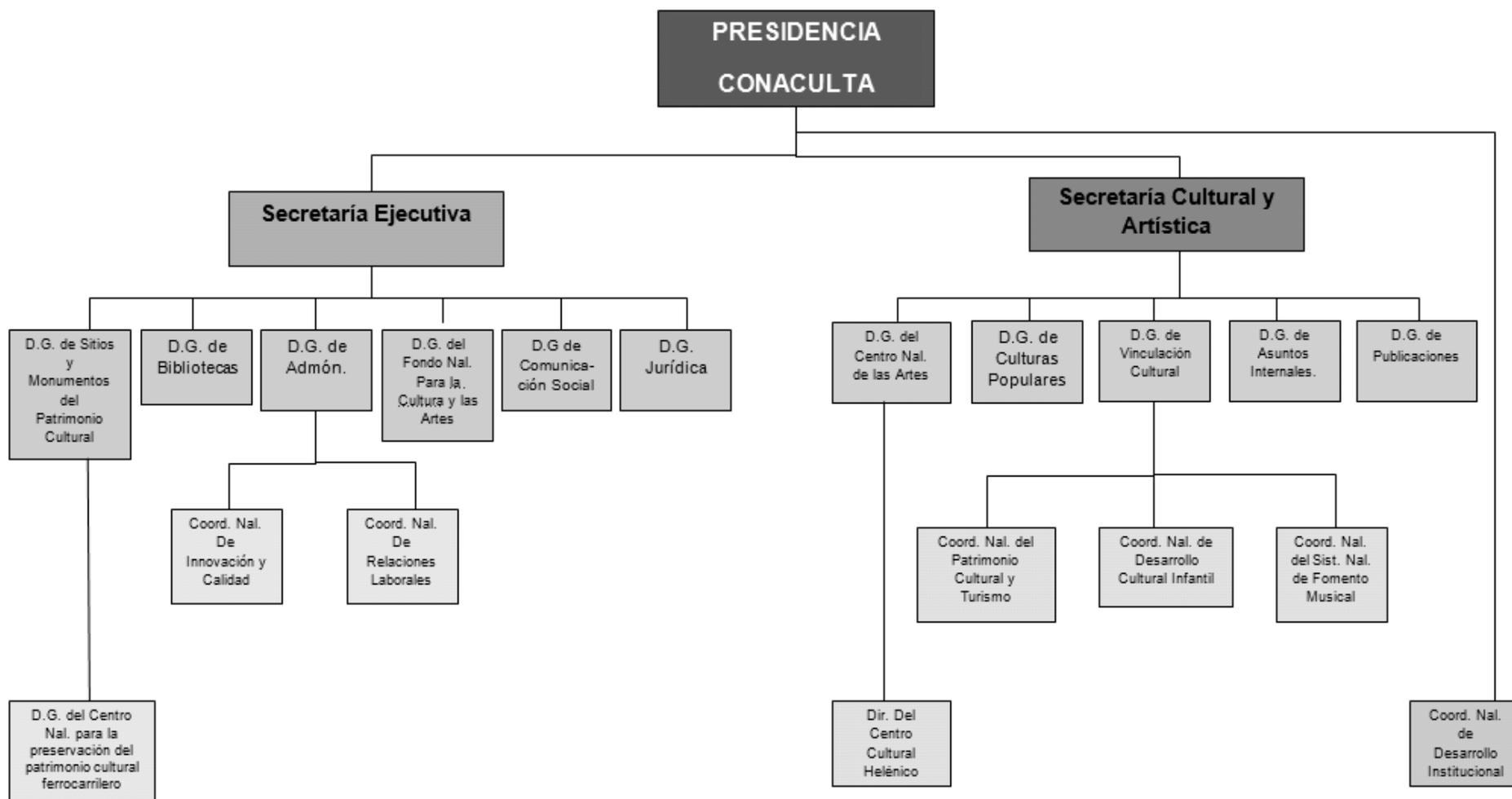
Organigrama 3.1.2. Fuente: Secretaría de Educación Pública.

El organigrama anterior nos arroja información que nos permite llegar a las siguientes aseveraciones:

1. El ramo cultural en México se encuentra altamente subordinado al sector educación, si bien ambos son complementarios ninguno debe estar dependiente del otro.
2. Existe una gran desconcentración en la institucionalización cultural, puesto que existen numerosos organismos que enmarcan la actividad de la cultura en nuestro país, pero no cuentan con un organismo integrador que permita y fomente una acción conjunta de su actividad.

A pesar de esto, en términos de la actividad estatal la institución sobre la cual recae el mayor peso en el ámbito es en la Comisión Nacional para la Cultura y las Artes, puesto que el INBA se considera más promotor y el INAH desempeña un papel más enfocado a la preservación cultural, a diferencia de CONACULTA que funge un papel de gestor e integrador y es lo más parecido a una Secretaría de Cultura con lo que contamos. Es por esto que se prosigue a analizar su composición a través del siguiente organigrama:

Organigrama 3.1.3. Estructura de la Comisión Nacional para la Cultura y las Artes



El CONACULTA fue diseñado con el objetivo de introducir homogeneidad al sector, mejorando la planeación y organización de la actividad cultural que le permitiera trascender del sexenio⁴⁴.

Desde su fundación “...*el Conaculta desarrolla actividades en museos, en la educación, la investigación, en instituciones culturales, en bibliotecas, en librerías, publicaciones individuales, convocatorias de diversa índole cultural, la cultura en los medios de comunicación, sistemas de información cultural, información sobre artes visuales, radioeducación, talleres y conferencias...*”⁴⁵

3.1.5 Aspectos Jurídicos De Las Políticas Culturales

Las medidas políticas culturales nacionales o internacionales son de suma importancia para el sector, puesto que marcan pautas cada vez más certeras para la coyuntura social y cultural que tanto ansía el sector, sin embargo, éstas solo son eficaces si se acompañan de instrumentos que regulen su uso, ya sean de carácter económico o legal.

En la actualidad existen algunos instrumentos jurídicos promocionados bajo el seno de la UNESCO que se han preocupado por la situación y preservación de los bienes culturales, y que han sido firmadas por los países afiliados a esta Organización, presentadas bajo la forma de:

- a) Declaraciones.- Compromiso meramente moral o político que crea, a su vez, un compromiso entre los Estados bajo el principio de buena fe.
- b) Recomendaciones.- Texto dirigido a uno o varios Estados invitándolos a tomar cierto comportamiento o actitud hacia cierto ámbito cultural determinado, aunque carece de poder vinculante entre los miembros.
- c) Convenciones.- Tratado que acumula todos los acuerdos concluidos entre dos o más Estados, bajo la voluntad común de las partes firmantes para las que se crean compromisos jurídicos de carácter obligatorio.

⁴⁴ Misión de CONACULTA, Disponible en: http://www.conaculta.gob.mx/acerca_de.php. Consultado en septiembre 12 de 2010.

⁴⁵ Ibid.

A su vez, la UNESCO cuenta con siete convenciones que conforman el marco jurídico destinado a la protección y promoción de la diversidad cultural que son las siguientes:

1. Protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales (2005)
2. Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (2003)
3. Protección del patrimonio cultural subacuático (2001)
4. Protección del patrimonio cultural y natural (1972)
5. Prohibir e impedir la importación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales (1970)
6. Protección del patrimonio cultural en caso de conflicto armado (1954)
7. Convención Universal sobre Derecho de Autor (1952, 1971)

En nuestro país el antecedente legal más importante con el que se cuenta sobre la conceptualización y defensa de nuestro patrimonio lo constituye la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas vigente desde 1972. En esta ley la definición que se maneja tiene que ver con todos aquellos bienes culturales pertenecientes a nuestro patrimonio, pero ordenados cronológicamente, comprendiendo las siguientes épocas:

- Prehispánica.- donde se consideran todos los monumentos arqueológicos, como lo son bienes muebles e inmuebles producidos por culturas anteriores al establecimiento de la cultura hispánica, restos humanos y de flora y fauna relacionados con ellas.
- Colonial y decimonónica.- aquí se incluyen todos los monumentos históricos como los inmuebles construidos en los siglos XVI a XIX, documentos y expedientes, así como documentos originales, manuscritos y colecciones científicas y técnicas del mismo periodo.
- Del siglo XX.- se consideran todos los monumentos artísticos como bienes muebles e inmuebles o con valor estético relevante pertenecientes a este siglo.

Es observable que en este antecedente jurídico se buscaba abarcar y comprender la mayor cantidad posible de expresiones culturales de todas las épocas y grupos étnicos que han formado parte de la historia de nuestro país. Desafortunadamente, esta ley

resulta cada vez más superada por las condiciones actuales, aunque si bien resultó un antecedente importante dejó fuera algunos conceptos intangibles de bienes culturales antiguos como contemporáneos.

En la actualidad la responsabilidad principal en la preservación del patrimonio mexicano corresponde al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), en lo que toca a la custodia del patrimonio paleontológico, arqueológico e histórico de los periodos prehispánico, virreinal y siglo XIX; y al Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), en cuanto al patrimonio artístico del siglo XX.

El INBA, el INAH, la Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural, la Dirección General de Sitios y Monumentos del CONACULTA y la Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo han unido fuerzas y objetivos que han permitido brindarle mayor coherencia a los programas nacionales de protección legal del patrimonio artístico inmueble.

La célula concentradora de esfuerzos en materia cultural está a cargo del CONACULTA cuyas funciones tienen su fundamento legal en *lo dispuesto por un decreto presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de diciembre de 1988, con base en los artículos II, VII, IX, X, XII, XIII, XIV, XVII a XXII, XXVIII y XXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal*. Cuenta con un esquema jurídico-administrativo muy extenso que está constituido por una serie de ordenamientos por mencionar los más destacables encontramos los siguientes⁴⁶:

- | | |
|--|---|
| 1. ACUERDO número 151- Por el que se delegan facultades en el Presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. | 9. Ley que Crea el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. |
| 2. Decreto por el cual se crea el Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. | 10. Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados. |
| 3. Ley Federal para la Administración y Enajenación de Bienes del Sector Público. | 11. Ley General de Bienes Nacionales. |

⁴⁶ Fuente CONACULTA. Disponible en: http://www.conaculta.gob.mx/marco_legal.php. Consultado en octubre 29 de 2010.

- | | |
|---|---|
| 4. Ley General de Educación. ⁴⁷ | 12. Ley Orgánica del Seminario de Cultura Mexicana. |
| 5. Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia. | 13. Ley de Fomento para la Lectura y el Libro. |
| 6. Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricas. | 14. Ley General de Bibliotecas. |
| 7. Ley Federal de Cinematografía. | 15. Ley Federal del Derecho de Autor. |
| 8. Ley Federal de Responsabilidad Patrimonial del Estado. | 16. Ley Federal de las Entidades Paraestatales. |

Sería difícil en el caso de nuestro país enumerar todos los acuerdos, tratados o planes enfocados a las expresiones culturales que forman parte de nuestro patrimonio, esto porque dichos proyectos se articulan en colaboración con diversas dependencias del gobierno federal, como las Secretarías de Educación Pública, Desarrollo Social, Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Turismo, Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Comunicaciones y Transporte, con el Gobierno del Distrito Federal y otras dependencias que contribuyen substancialmente a la atención del patrimonio artístico y cultural.

3.2 FINANCIAMIENTO DEL SECTOR CULTURAL

El financiamiento de la actividad cultural se ha desarrollado ampliamente en lo largo y ancho del mundo, tanto el de corte público como privado, convocando permanentemente congresos, conferencias y reuniones internacionales. Sin embargo, este tema sigue siendo una de las problemáticas más abordadas en las discusiones sobre políticas culturales y economía de la cultura.

⁴⁷ Algunas de estas leyes cuentan con su respectivo Reglamento que también constituye parte del marco legal del sector cultural en nuestro país.

Los agentes, instituciones y organismos relacionados con las actividades culturales cotidianamente padecen dificultades para acceder a recursos y el consumidor no siempre es una fuente suficiente para cubrir los costos y la inversión realizada. Aunado a lo anterior se presentan conflictos particulares de las ramas que refieren a la materia cultural que implican una menor confianza por parte de los inversores para otorgar financiamientos, como lo son los altos costos de producción y distribución, la piratería y las brechas de ingresos/gastos y la limitante de la productividad en este sector.

Ahora bien, no solo son estos los problemas que aquejan el financiamiento cultural, se agregan las dificultades existentes para cualquier otra industria, como las dificultades en el acceso de líneas de crédito (sobre todo para la micro y mediana empresa), las limitantes dimensionales del mercado interno y el poder adquisitivo de la población. Se agrega la existencia de un mercado imperfecto con la presencia de la concentración de segmentos del mercado, el oligopolio o el monopolio que se presentan en todas las economías sean desarrolladas o no desarrolladas y que en el caso específico del sector cultural (y más evidentemente en México) se encuentran más expuestas.

Todo lo mencionado nos remite a una preocupante en particular, la escasez de inversión y de recursos económicos limita la oferta cultural y por ende reduce el campo de elección de los consumidores. Siendo este nuestro principal problema, ahora es importante plantear las necesidades más apremiantes que consisten en la creación de mecanismos institucionales y jurídicos así como el fortalecimiento de los ya existentes, que permitan recaudar aportaciones al sector por parte del Estado, y la iniciativa privada que permitan la expansión de los bienes y servicios culturales.

Para lograr el objetivo se sugieren dos fuentes, principalmente⁴⁸:

- **FONDOS NACIONALES:**

Este tipo de financiamiento ha mostrado ser exitoso en diversos países alrededor del mundo que lo han instituido a través del modelo centralizado y sectorial. El primero se refiere al financiamiento otorgado por un solo organismo a diversas

⁴⁸ "Financiamiento de la cultura: entre lo público y lo privado". Alfaro, Santiago. 01/12/2008
Disponible en: <http://maniobras.wordpress.com/2008/12/01/financiamiento-de-la-cultura/> Consultado en: Octubre 23 de 2010

actividades culturales (como Fondo Internacional para la Promoción de la Cultura o el Fondo de financiamiento que posee CONACULTA), mientras que el segundo se refiere al patrocinio de alguna actividad específica (como el Fondo del Sistema Nacional de Fomento Musical). En este tipo de fuente los problemas que deben evitarse son las cargas burocráticas, la dispersión de recursos o la falta de un programa global que coordine las diferentes acciones.

- **EL MECENAZGO:**

Este es el mecanismo tradicional y más usado en generaciones para el apoyo a las actividades culturales, se puede presentar vía estatal, eclesiástica o particular, como ya se mencionó con anterioridad. Ahora, siendo bien utilizado y fomentado en el ámbito privado puede maximizar sus efectos en el campo, por ejemplo, a través de cierta normatividad puede exonerarse a las empresas del pago de algunos impuestos en remuneración al apoyo de proyectos culturales (las hoy llamadas Empresas Socialmente Responsables), motivándoles a canalizar sus recursos hacia el área. La problemática que debe evitarse es evitar la concentración de esta inversión privada en ciertas regiones geográficas o áreas culturales.

Desafortunadamente, aun cubiertas y solucionadas las problemáticas que tiene el origen del financiamiento cultural aun quedan aquellos obstáculos de origen propio en materia de lo cultural que, si pretende hacerlo un sector que atraiga, conserve y mantenga los niveles de financiamiento esperados, será necesario analizar y mejorar. Este consiste en el crecimiento de los costos y los rezagos de productividad mismos que generan un déficit financiero que justifica los subsidios estatales, el mecenazgo o patrocinio empresarial, *“...la fragilidad económica de este sector, alimentada por el aumento de los costos y la casi ausencia de sus reservas de productividad, justifica sin duda el volumen de las subvenciones estatales o, en los países tradicionalmente liberales, el apoyo del mecenazgo...”*⁴⁹

⁴⁹ Benhamou, F. “Estructura de los espectáculos en vivo” Disponible en: www.econ.uba.ar/www/.../Ponencia%20Sandra%20Rapetti.doc. Consultado en: Noviembre 5 de 2010.

Esta idea fue planteada por los economistas Baumol y Bowen en su modelo presentado en su estudio “Las artes escénicas: El dilema económico”⁵⁰ publicado en 1966, donde se refieren específicamente a los problemas de los espectáculos en vivo, sus rendimientos, sus costos y la problemática de un financiamiento que es difícil de recuperar. Plantean la existencia de dos sectores de actividad dentro de la rama cultural, el “arcaico” con bajos niveles de productividad y el “progresista” con altos índices de innovación, presencia de economías a escala y acumulación de capital que se ven reflejados en altos niveles de productividad.

Quizá, esta es la verdadera problemática en el trasfondo y lo que defina, al final de cuentas, el origen del financiamiento que cada rama del sector reciba. Se crea también la opinión y necesidad de eficientar el modelo menos productivo impulsándolo a través del innovador puesto que, finalmente, son dos caras de una misma moneda. Es decir, como es bien sabido el segundo resulta más atractivo para la inversión privada por la recuperación de la inversión, y si bien es cierto que el modelo “arcaico” nunca alcanzará récords productivos por su propia esencia lo viable resultaría el apoyo estatal para su mejor utilización y optimización.

Tabla 3.3.1 Fuentes de fondos para organizaciones culturales sin fines de lucro⁵¹

País	Ventas de servicios y cuotas de socios	Sector Público	Patrocinio	Fuente
Brasil	95	5	5	John Hopkins Comparative NPS,2000
México	87	12	1	John Hopkins Comparative NPS,2000
Argentina	97	2	1	John Hopkins Comparative NPS,2000
Uruguay	92	4	4	Rapetti, FHCE, 2001

⁵⁰ Citado en Asuaga, Carolina, “Las Artes Escénicas y la Teoría General del Costo”. Disponible en: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/13742/1/arteescnicas.pdf>. Consultado en: Noviembre 25 de 2010.

⁵¹ “El problema del financiamiento de la cultura: una aproximación a partir del estudio de casos”. Rapetti, Sandra. Ponencia en la Universidad de la República, Uruguay. Disponible en: www.econ.uba.ar/www/.../Ponencia%20Sandra%20Rapetti.doc. Citado en Octubre 28 de 2010.

España	41	24	35	John Hopkins Comparative NPS, 2000
Francia	55	41	4	John Hopkins Comparative NPS,2000
Estados Unidos	42	7	51	John Hopkins Comparative NPS,2000

Extraído de Rapetti (2001).

En general, ambos medios son viables, sustentables, prometedores y abundantes en nuestro país -aunque ciertamente, en el sector público ha recaído casi todo el peso del financiamiento cultural-, por lo que lo ideal sería la creación de un sistema de financiamiento mixto que fomente la presencia de la inversión pública y privada en armonía que permita la obtención de los máximos y mejores resultados en este mercado. Como todo sistema de desarrollo éste debe encontrarse respaldado por marcos normativos y programas institucionales, con ello se diversificaría la fuente de recursos que aseguraran el futuro de las actividades culturales, ampliando las opciones de los ciudadanos para crear y consumir autónomamente.

En México las fuentes son diversas, por mencionar algunas encontramos las siguientes instituciones que financian parte de la actividad cultural:

Cuadro 3.3.1 Fuentes de financiamiento del sector cultural en México, 2010

INTERNACIONALES		NACIONALES	
Públicas		Privadas	
<u><i>Banco Interamericano de Desarrollo</i></u> (01-08) -Centro Cultural del BID-	<u><i>Cooperación entre la Unión Europea y México</i></u> (01-01) - Unión Europea-	<u><i>Fundación Ford</i></u> (01-01)	<u><i>Convenios y programas de cooperación educativa y cultural entre México y otros países</i></u> (01-01) -Secretaría de Relaciones Exteriores-
<u><i>Patrocinio para</i></u>	<u><i>Centro cultural</i></u>	<u><i>Beca de Arte</i></u>	<u><i>Fundación Televisa</i></u>

<u>pueblos indígenas, Canadá</u> (01-01) ⁵²	<u>del BID</u> (01-01) -Banco Interamericano de Desarrollo-	<u>BBVA Bancomer - British Council</u> (01-01)	<u>con Institutos Estatales de Cultura</u> (01-01)	<u>Telmex</u>
<u>Apoyo a festivales del Fondo Cultural Unión Europea - México</u> (06-08)	<u>UNESCO</u> (01-01)	<u>Tupatrocinio.com</u> (01-01)	<u>Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)</u> (01-01)	<u>Fundación UNAM</u>
<u>Programas estratégicos CAF</u> (01-01) - Corporación Andina de Fomento-	<u>Media Mundus</u> (2011-13)			
<u>Fideicomiso Fondo de Amistad México Japón</u> (01-01) - Embajada de Japón-	<u>Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI)</u> (01-01)			
<u>Fondo Especial Multilateral del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (FEMCIDI)</u> (07-08) - Organización de Estados Americanos (OEA)-				

TABLA 3.1. Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Sistema de Información Cultural (SIC) de CONACULTA, 2010.

⁵² Fecha de creación o renovación del tratado, acuerdo o convenio que avala el financiamiento.

Cada una de estas instituciones financia diversas actividades culturales. En el caso de las Públicas tienen como principal objetivo fomentar y promover la creación y fortalecimiento del capital humano, mediante becas y premiaciones hacia los generadores culturales. Por su parte las instituciones privadas, en su mayoría, se concentran en promover alguna actividad o creación específica.

3.3 CONSIDERACIONES FINALES

Una evaluación de las políticas culturales aplicadas a nuestro país.

Como quedo expuesto a lo largo del presente capítulo han sido numerosas las medidas de fomento, promoción y creación cultural que México ha implantado a lo largo de la historia donde la participación estatal siempre desempeñó un papel importante para su determinación; sin embargo, el obsoletismo de los instrumentos e instituciones creadas en el periodo de protección estatal comienza a hacerse presente en todas las áreas y por supuesto, también en la cultural.

El nuevo orden económico mundial, que hoy forma parte de nuestra realidad, se caracteriza por la emergencia de nuevas regiones geopolíticas que han traído consigo cambios culturales derivados del surgimiento de innovadoras tecnologías así como de procesos de integración mundiales como la globalización y nuevos tipos de cooperación comercial internacional. Es por esto que la necesidad de actualizar la legislación vigente resulta apremiante, ante una realidad en continuo movimiento la apuesta es “renovarse o morir”, por ello las herramientas de las que se pueda hacer uso para el aprovechamiento de las condiciones actuales en el sector cultural deben enfocarse en diversos tópicos. Para la mejor comprensión del análisis y las propuestas se ordenarán en orden de aparición:

- Políticas Culturales
- Marco Normativo
- Financiamiento

1. POLÍTICAS CULTURALES

Es una realidad la importancia insuficiente que se le ha dado al Sector Cultural en nuestro país, sobre todo en las últimas décadas, lo cual se ve reflejado en la ausencia de políticas públicas actualizadas que vayan acordes a las Políticas de talla internacional que países Europeos han tomado, incluso se encuentran muy en desventaja respecto a las adoptadas por nuestro principal socio comercial, Estados Unidos, hecho que resulta grave al considerar los altos montos de comercio que se tienen con el mismo. Aunado a esto nos encontramos atrasados incluso de políticas tomadas en América Latina, puesto que no se ha mostrado un interés conciso –traducido en hechos palpables- en el aprovechamiento y cuidado del tipo y cantidades de bienes y servicios culturales que el país produce.

Lejos de realizar una crítica en el simple afán de hacerlo el interés de una reforma en la política cultural, consiste en el interés de fomentar la expansión de la industria cultural mexicana a nivel internacional que considere factores como entrada y utilización de tecnologías, la figura trasnacional y los bajos costos que su modelo representa, por mencionar algunas áreas de oportunidad. Resulta de carácter urgente fortalecer esta área de las políticas culturales porque al no hacerlo se puede influir directamente de manera negativa en los volúmenes de producción y cuotas de mercado.

A su vez, destaca la necesidad del fomento en el federalismo cultural, que evite la concentración geográfica y sectorial⁵³ en la cultura para impulsar un desarrollo homogéneo dentro del mismo sector. De la misma forma, para lograrlo, se requiere de políticas que apoyen la creación de infraestructura que responda a las nuevas necesidades, así como gustos y preferencias, de la sociedad actual, y no rezagarse con las creaciones que, al demostrar ser fórmulas exitosas, ya resultan insuficientes.

Es por tanto que una política cultural de avanzada debe integrar todo el capital cultural que posee México, considerar las circunstancias cambiantes del entorno actual y adaptarse a ellas, aprovechar las herramientas que la integración trae consigo para aprovecharlas a favor-migrantes en lo largo y ancho del mundo, atractivo nacional por multiculturalidad, etc.-, fomentar el desarrollo de la materia prima con la que se cuenta,

⁵³ Es decir que evite que las expresiones culturales se concentren en determinada área geográfica como el centro del país o en determinada actividad cultural, como en el caso de México, en el cine o en la televisión.

así como la creación de nueva mediante la creación de infraestructura. A su vez implicará la creación de políticas que aprovechen la experiencia nacional en el ámbito y continuar aprovechando los bienes estratégicos –intentando no agotar viejas fórmulas- y apostándole a nacientes sectores de la propia industria cultural.

2. MARCO NORMATIVO

- ***Marco organizacional***

Una de las carencias más destacables del sector consiste en la falta de organismo concentrador que permita la permanencia de las políticas culturales más allá del sexenio y que, a su vez, responda a las necesidades cambiantes del mercado nacional e internacional. A la par es importante que dicho organismo cuente con la presencia institucional que le de acceso a la construcción de vínculos horizontales con otras Secretarías de Estado, hecho que solo podría lograrse a través de la creación de una Secretaría específica que trate los asuntos de corte cultural, como lo han hecho numerosos países del mundo, incluidos varios de América Latina. México, al ser un país con abundante y creciente materia prima cultural tiene necesidades que rebasan las capacidades de algún Consejo o Instituto, requiriendo un trato más formalizado y global ante un sector económico que cada día va ganando importancia.

- ***Marco jurídico***

En el ámbito jurídico tenemos una falta de legitimidad real en las medidas culturales, consecuencia de que la mayor parte de las medidas internacionales han tenido el carácter de recomendaciones, convenciones y declaraciones, y estas solo resultan eficaces si vienen acompañados de instrumentos económicos y legales que regulen el uso mercantil y social.

De la misma forma el marco jurídico debe llenar aun baches importantes en campos como:

- Protección del patrimonio cultural
- Apoyo a los creadores
- Industrias culturales

- Cooperación cultural

3. FINANCIAMIENTO

No cabe duda que uno de los problemas más arraigados que tiene el sector es la falta de fuentes de financiamiento, los ingresos se encuentran rebasados por los gastos que se destinan al área. La UNESCO recomienda que el gasto en cultura sea de alrededor del 1% del PIB⁵⁴ cifra sumamente alejada de la realidad de nuestro país a nivel federal⁵⁵ puesto que la asignación presupuestal depende de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como de la Secretaría de Educación Pública, aunado a esta problemática el Partido de Acción Nacional –que es el partido en el poder, actualmente- desde 2007 ha contraído el presupuesto que se le proporciona al sector cultural.

Para consolidar el apoyo a este sector resulta imperioso, por experiencias nacionales, la presencia estatal con medidas que sean capaces de fomentar las transferencias socioeconómicas como subsidios, préstamos blandos, apoyo a cooperativas y gestión comercializadora.⁵⁶

Es real y palpable la potencialidad de las industrias culturales para el desarrollo futuro del país, por lo que la corrección oportuna de los medios para su aprovechamiento pueden ser parteaguas para la obtención de un motor más que impulse el desarrollo nacional. Con la visión estatal de este sector como un área estratégica y el aprovechamiento de los recursos locales, numerosas áreas de la economía podrían verse beneficiadas, como el incremento en el empleo, el mejoramiento en la Balanza Comercial e, incluso el fomento a la producción endógena.

⁵⁴ Citado en: Conferencia Mundial sobre Políticas culturales (MUNDIACULT), en México, DF. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf. Citado en: Noviembre 14 de 2010.

⁵⁵ Esto porque muchos Estados de la República Mexicana cuentan con sus propias Secretarías de Cultura, además en el caso del Distrito Federal el apoyo a la cultura resulta sobresaliente, dado que se destina alrededor del 2% del presupuesto local para la gestión cultural.

⁵⁶ Contrario a lo que se maneja acerca de *"...la adopción de un sistema ortodoxo de financiamiento por parte del BID que indica la muerte del apoyo estatal a la cultura..."*. Citado en Santana, Ibid.

IV. EL CONSUMO CULTURAL EN MÉXICO: Retos y Oportunidades

“...Creatividad, innovación, investigación y educación, esos son los motores de desarrollo. Ésta es la razón por la cual invertir en cultura es invertir en economía. La cultura no es una panacea ni una fuente de milagros cotidianos, pero cada rincón de la sociedad debería estar impregnado de energía creativa. En este sentido, la cultura no es el fin último del desarrollo ni su dimensión cualitativa, sino más bien su esencia...” UNESCO, Consejo de Europa, 1999.

La capacidad de éxito o de fracaso que tenga alguna industria dependerá, entre algunos otros factores, del mercado del que disponga, es decir, de la cantidad de demandantes o consumidores al que su producto podría acceder. Es aquí donde entra el análisis que nos concierne acerca del consumo de bienes y servicios de orden cultural.

Si nos remontamos a los albores de los estudios de la economía en el siglo XVIII, el considerado “padre de la economía”, Adam Smith sostenía que las profesiones dedicadas al arte, la cultura y el esparcimiento no proporcionaban contribución a la “riqueza de las naciones”, sino que por el contrario, constituían el ejemplo, por excelencia, del “trabajo no productivo”. Siglos después, el impacto que la cultura tiene en la economía ha crecido, una mayor proporción del ingreso de los individuos se dirige al consumo de productos culturales, lo que ha propiciado un claro crecimiento y una evidente diversificación de la oferta disponible de esos bienes.

En América Latina, especialmente en países de desarrollo intermedio como México, Brasil y Argentina, es un sector económico muy importante en el conjunto de la economía nacional⁵⁷; en estos países la contribución al PIB alcanza 6.7%, 6% y 4%, respectivamente (Piedras, 2004). (Véase gráfico 4.1)

⁵⁷ Organization of American States (OAS), Study for Theme 1: “Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development”, Second Inter-American Meeting of Ministers of Culture and Highest Appropriate Authorities (Washington, 2004).



Gráfico 4.1. FUENTE: “Industrias Culturales para el Desarrollo Integral en México y América Latina”, Piedras, Ernesto. ICDF, 2004.

Ello queda expuesto que estos países constituyen una potencia económico-cultural, que como economistas nos muestran su capacidad como motor de crecimiento y desarrollo, afirmación respaldada por sus elevadas tasas anuales de crecimiento como porcentaje del PIB en el gasto total en el mercado interno, que han arrojado cifras de 8.1, 9.9 y 9.0 para los años de 2006, 2007 y 2008⁵⁸ respectivamente, siendo porcentajes mayores que el propio crecimiento del producto en dichos años.

Lo que se pretende hacer a continuación es un análisis de los factores que obstaculizan e impulsan al consumo cultural en nuestro país, para de esta forma ser capaces de observar las áreas de oportunidad y potencialidad que este sector económico nos presenta.

4.1 RETOS

El Consumo cultural puede resultar una opción para promover el desarrollo de la Industria del mismo corte, sin embargo, características propias de la población del país, de sus niveles económicos y formas de vida pueden representar un obstáculo o una limitante que impida que el sector se desarrolle de una manera más homogénea y ágil. A continuación se hace un análisis de algunas de las posibles áreas de oportunidad a las que habría que hacer frente.

4.1.1 Educación

⁵⁸ Fuente: INEGI: Sistema de Cuentas Nacionales de México, Cuentas de Bienes y Servicios, 2003-2008. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/derivada/cuentas/bienes%20y%20servicios/2008seg_vers/CByS2003-2008.pdf. Consultado en Noviembre 14 de 2010.

En el caso de los productos culturales la composición y dimensión de la demanda es uno de los principales aspectos que varían respecto a otras industrias del resto de la economía, ya que ésta se modifica sustancialmente según el país y la sector cultural específico del que se hable, influyen factores comunes similares que en los otros sectores económicos tales como el ingreso, los precios, y a su vez se encuentran fuertemente determinados por características específicas que los determinan, como es el caso de la educación de la población que será trascendente para la determinación del volumen y tipo de bien cultural que se consuma. Centraremos nuestro análisis en el caso de México.

En México uno de los principales servicios culturales que se consume es el cine, la cantidad de salas de país supera, por mucho, a la cantidad de museos existentes en el territorio nacional⁵⁹. En las encuestas realizadas acerca del Uso del tiempo libre levantadas por CONACULTA el porcentaje de la población que se inclina por ir al cine en vez de ir a algún museo es mucho mayor, a pesar del subsidio que éstos últimos tienen, presentando precios de entrada mucho menores e incluso, en algunos casos, gratuitos. (Véase gráfica 4.2)

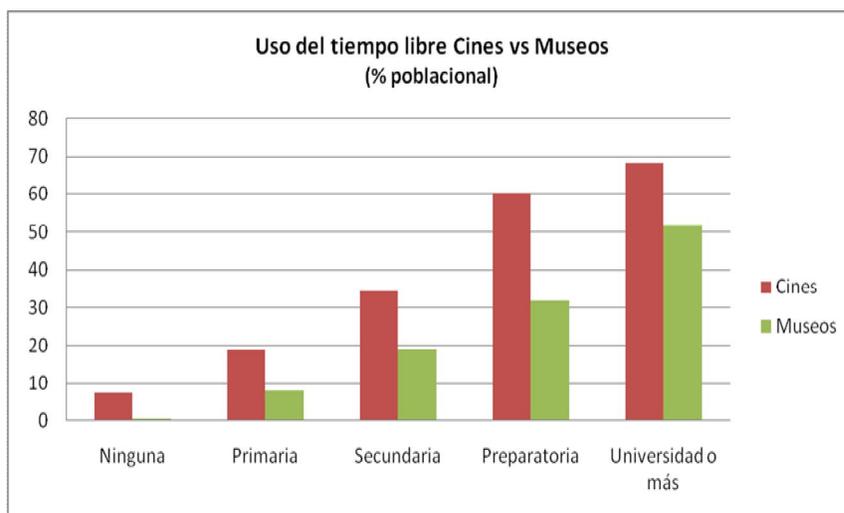


Gráfico 4.2. FUENTE: Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM-CONACULTA, 2004.

En el análisis del gráfico anterior podemos inferir dos cosas, la primera es que según avanza la escolaridad el consumo de bienes culturales en el tiempo libre se incrementa, y la segunda es que la variación entre el uso de cines y museos es considerablemente diferente según el nivel educativo que se posea, en este tipo de casos, el ingreso no es

⁵⁹ Véase Capítulo 2 del presente texto en el apartado de “El patrimonio cultural en México”.

determinante para marcar la diferencia, puesto que, como se mencionó, el costo de uno difiere mucho respecto al otro y eso no propicia que se consuma más. Este es un factor característico de este sector, pues si bien la lógica nos podría indicar que el ingreso es determinante para el consumo de un bien u otro, las preferencias son de vital importancia en este proceso de decisión, mismas que se encuentran marcadas, en alto grado, por la preparación educativa e idiosincrasia de los consumidores.

4.1.2 Precio

Ahora bien, en el otro lado de la moneda tenemos la existencia de bienes y servicios culturales que si se rigen por el principio del precio, en países de desarrollo medio, como México, el precio si es un factor determinante al momento de consumir ciertos bienes de corte cultural.

El precio de las actividades de ocio alternativas o de bienes culturales “baratos” (bienes sustitutos) como lo es la piratería, son variables trascendentes para determinar la demanda de la industria y hacerla vulnerable a cambios externos. (Véase gráfico 4.3)

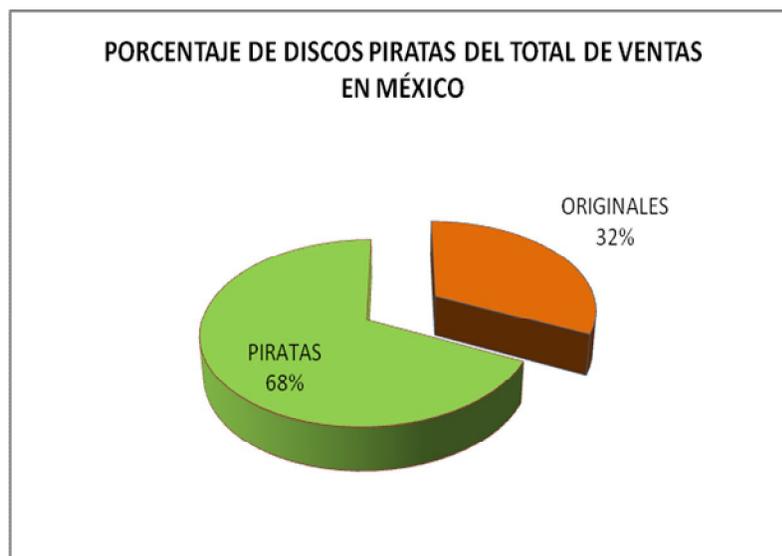


Gráfico 4.3. FUENTE: ¿Cuánto vale la cultura?, Piedras, Ernesto CONACULTA, 2004.

Como se observa en el gráfico anterior el porcentaje de discos piratas que se venden es muy superior al consumo de los originales, y una tendencia similar es la que sufre la industria cinematográfica en el caso de los DVD's piratas. La preocupación principal en

este caso radica en que esta preferencia de consumo incidida principalmente por la abismal diferencia en precios afecta negativamente a las industrias que en ocasiones se ven incapaces de recuperar la inversión inicial o presentan tasas de ganancia cada vez menores, mismo hecho que puede provocar un proceso de desinversión en el sector, causando una salida de capitales.

El precio de un CD original, difiere por mucho del de uno pirata, por lo que hace que la competencia sea muy desigual, las acciones que se han sugerido para controlar este fenómeno creciente en países latinoamericanos ha sido un combate feroz en contra de los generadores, distribuidores e incluso compradores de piratería mediante operativos de decomiso, además se ha hecho un acuerdo común por parte de las empresas distribuidoras discográficas/cinematográficas para reducir los costos de sus productos y añadiéndoles características especiales que aumenten su valor como productos descargables vía internet, fotografías, material especial o inédito y de esta manera lograr la preferencia de los consumidores. Lo que es verdad es que para hacer frente al fenómeno de la piratería se requieren mayores y más constantes medidas de acción, sin embargo, la reducción de precios si representa un método bastante prometedor.

4.1.3 Ingreso

Al tratarse de bienes culturales -siendo estos menos necesarios que el alimento, el vestido o la vivienda- cualquier variación del ingreso es capaz de modificar su consumo, más si no se tiene la cultura del consumo consciente de bienes y servicios de este corte, lo que puede hacer que México no sea tan buen consumidor de ciertos productos culturales, especialmente en el caso de los que manejan costos de producción altos. Hecho que se encuentra íntimamente relacionado con los precios.

Como ejemplo de lo anterior tenemos el caso de la televisión vs el teatro. El acceso a la televisión es realmente barato y accesible para casi todos los estratos de la población (*Véase gráfico 4.4*), por lo que, como oferta cultural, resulta una buena opción para las personas de escasos recursos, a diferencia de las artes escénicas, cuyos costos de producción son altos y su capacidad de transmitirse es limitado, por lo que el costo per cápita por representación es elevado, hecho que influye en que solo cierta parte de la población sea capaz de acceder a ese bien cultural.

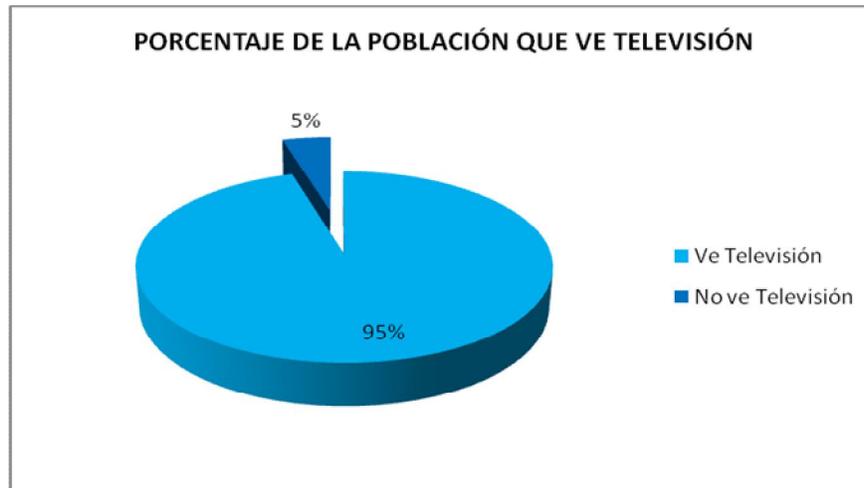


Gráfico 4.4. FUENTE: Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM-CONACULTA, 2004.

En el caso de las representaciones de danza, teatro o exposiciones los costos son mucho más altos, puesto que incluyen el precio de la entrada y el transporte, por ejemplo, a diferencia de la comodidad y facilidad que representa acceder a la televisión, por lo que la gente con bajos recursos ocupan su tiempo de ocio en la adquisición de dicho servicio cultural, desafortunadamente, considerando el grueso de la población mexicana de clase baja o media baja, la diferencia del consumo entre una y otra puede ser muy marcado. (Véase gráfico 4.5)

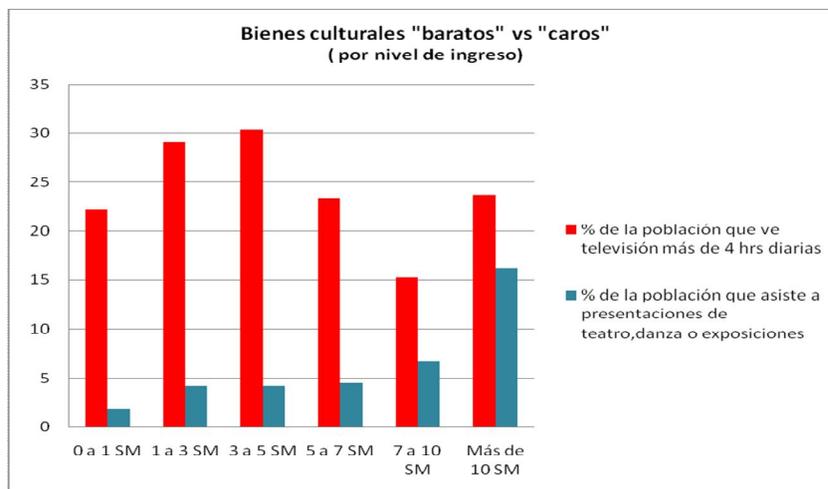


Gráfico 4.5. FUENTE: Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM-CONACULTA, 2004.

4.1.4 Concentración de la industria

En México, gran parte de las producciones culturales se realizan por artistas independientes que crean productos en escalas pequeñas, lo que incrementa sus costos y por ende su capacidad de insertar exitosamente sus mercancías en el mercado se reduce -salvo sus contadas excepciones como el caso en el que el artista sea reconocido, situación en la cual a menores bienes producidos aumenta su valor por considerarse piezas de mayor exclusividad, pero este fenómeno es único de este sector-.

En lo general, a lo que orilla esta característica es a la formación de oligopolios, grandes consorcios que concentran toda la producción y difusión cultural⁶⁰ reduciendo los medios de expresión y en gran medida la diversidad en la oferta.

En nuestro país el ejemplo es quizá uno de los más evidentes en el mundo en el sector televisivo, en el cual solo dos empresas concentran más del 92% del mercado de la televisión abierta del país. (Véase gráfico 4.6)

Concentración Televisiva Y Tercera Cadena

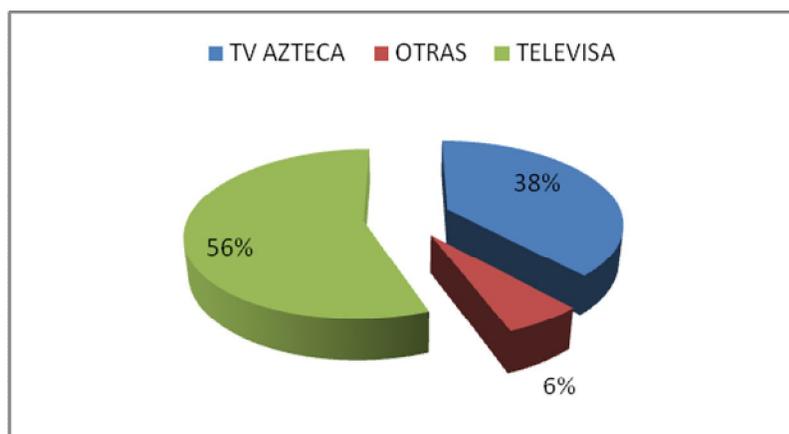


Gráfico 4.6. FUENTE: Elaboración propia con datos de: "Concentración televisiva y tercera cadena", Martínez, Omar, Mexicana de comunicación, Ley Televisa.

La concentración es sumamente marcada, sin embargo, dentro de este mercado oligopólico el predominio de una empresa respecto a la otra es muy notoria; Televisa es

⁶⁰ Tal es el caso de monstruosos consorcios internacionales como 20th Century Fox, Paramount, Warner Brothers, en el caso de la industria cinematográfica y Sony Music, UNIVERSAL, EMI music, etc., por mencionar algunas.

un conglomerado de empresas que, como se mencionó en otro apartado del presente trabajo, tiene el mayor número de concesiones en canales de televisión abierta, así como de otros servicios de telecomunicaciones (*Véase gráfico 4.7*), lo que agudiza el problema de costos y nichos de mercado disponibles para las empresas nacientes que, en su mayoría comienzan siendo PyMEs, hecho que limita la oferta y permite la imposición de precios monopólicos.



Gráfico 4.7. FUENTE: *Elaboración propia con datos de: “Concentración televisiva y tercera cadena”, Martínez, Omar, Mexicana de comunicación, Ley Televisa.*

4.1.5 Financiamiento

Una problemática central que atraviesan todas las instituciones, organismos e individuos que pretendan dedicarse a la producción o difusión de bienes o servicios culturales es a la escasez de financiamiento que obedece a la desconfianza por parte de los dueños del capital, mismos que basan sus movimientos en: la seguridad del retorno de su inversión, su margen de ganancia y el lapso aproximado en el que se realizará el proceso completo.

En el caso de estas industrias el monto de la ganancia es variable a condiciones externas al proceso de producción o transmisión, a su vez el riesgo de la propia recuperación de la inversión, ya no digamos la utilidad, es incierto cuando se inicia una empresa –esto depende, evidentemente de muchos factores antropológicos, sociales y en general de idiosincrasia de la sociedad en que se pretenda insertar este empréstito-, a su vez los tiempos no siempre son programables y así como pueden ser casi espontáneos, también pueden tener efectos hasta el largo plazo. Con esto se pretende exponer que el grado de

recuperación de la inversión es un factor determinante para obtener financiamiento, porque esto habla de los riesgos que implica la inversión en dicha industria. (Véase gráfico 4.8)

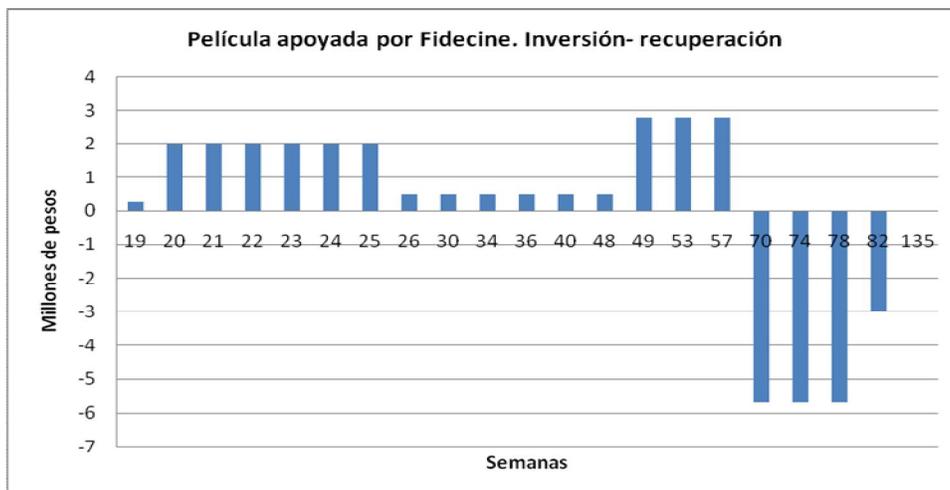


Gráfico 4.8. FUENTE: ¿Cuánto vale la cultura?, Piedras, Ernesto CONACULTA, 2004.

El riesgo en la recuperación de la inversión es, sin duda, ser un motivo por el cual la banca comercial y los fondos de inversión privados se comporten renuentes en la inversión en este sector, por lo que el mayor peso del apoyo a los proyectos nacientes corre a cargo del Estado, misma que ha mostrado una tendencia creciente a la inversión en esta rama (Véase gráfico 4.9), gracias a las condiciones de renacimiento del cine nacional que se reflejó en numerosos reconocimientos internacionales así como altas ventas a nivel mundial de las películas de origen nacional, acontecimiento que no se veía desde la época de Oro del cine mexicano.

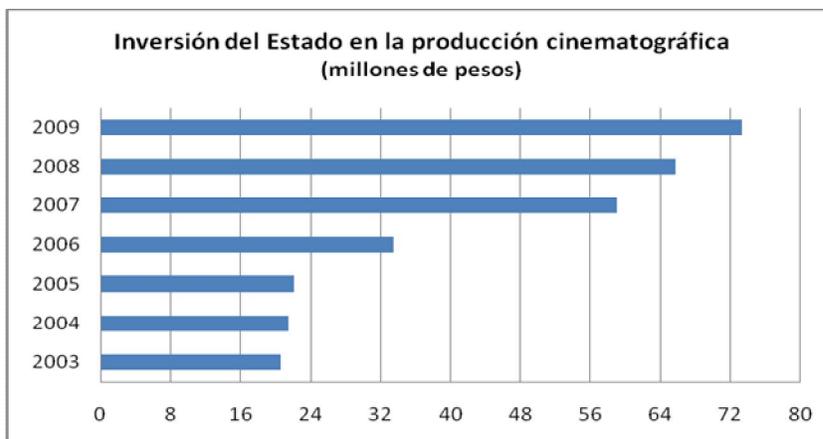


Gráfico 4.9. FUENTE: Elaboración propia con datos de IMCINE, Informes y estadísticas.

Las problemáticas que hacen de este sector uno muy particular y que, por ende, influyen directamente en el consumo de los bienes y servicios que proporciona, de esta manera toda política que pretenda hacerse en el sector debe encontrarse respaldada por la intención de hacer frente a una de sus tantas condicionantes, algunas de ellas son las mencionadas en el presente capítulo, existiendo muchas más de carácter particular según la región del país, el estado o la comunidad.

4.2 OPORTUNIDADES

Ahora que hemos analizado un poco más a detalle las condicionantes del consumo de los productos del sector cultural será importante profundizar en las oportunidades que este mercado ofrece y las vías mediante las cuales puede fomentarse su consumo.

Cierto es que el fomento al consumo de cierto bien puede realizarse vía distintas áreas, las que se presentarán a continuación son solo algunas propuestas que se consideraron apropiadas para el contexto nacional, aplicables en plazos cortos y medios y con los menores costos posibles, basándose en los estudios del entorno de la industria cultural en el mundo, el patrimonio cultural con que se cuenta y la estructura normativa existente.

4.2.1 Turismo Cultural

El turismo es el tercer componente más importante de la fuente de ingresos de la Federación, solo después del petróleo y las remesas, considerando que el primero es altamente vulnerable ante los cambios en el mercado global y amenaza con dejar de ser una fuente viable dado su agotamiento, y la segunda que muestra ser una fuente de ingresos con altos costos sociales y de desintegración comunitaria y económica, encontramos que el turismo representa una importante -y sobre todo viable y sustentable- fuente de ingresos para la nación que puede ser orientada y dirigida a través de políticas públicas que la fomenten y fortalezcan

Existe una fuerte interdependencia del sector turístico con el cultural, a tal grado que en la contabilización del sector es muy difícil separar a uno del otro. Además, todo

desplazamiento turístico tiene alguna implicación cultural, puesto que sin cultura no se explica el turismo.



Figura 4.2.1. Factores que integran al Turismo Cultural. Elaboración propia.

Por lo regular se ha considerado a la cultura como un aliciente para atraer al turista, es decir, se le usa como un arma atrayente en el mercado global. La cultura constituye por sí misma un atributo diferenciador y de valor para el turismo.

Sin embargo, si analizamos este caso con una perspectiva distinta podemos ver al turismo como un elemento dinamizador del patrimonio, es decir, como una herramienta que fomente la divulgación de la cultura existente, creando una vía más para su aprovechamiento. La cultura necesita al turismo, pero también la relación de necesidad se da a la inversa.

Ahora bien, si se pretendiera tomar al turismo cultural como un impulsor para el desarrollo económico del país habría que tomar en consideración el hecho de que no está distribuido de forma homogénea, consecuencia de factores geográficos, climáticos e históricos que han concentrado la afluencia. A pesar de esto, la concentración no está determinada por la riqueza de la región, y, afortunadamente, la distribución puede resultar favorecedora para ciertas regiones de bajo desarrollo económico⁶¹, como el caso de Oaxaca, Chiapas, Veracruz, por mencionar algunas.

La idea general de este planteamiento es que existe un gran mercado para fomentar el consumo cultural vía turismo, y las cifras indican que el grueso de la población al que se puede inducir es la nacional, misma que demuestra ser la que más se inclina al turismo de este corte. (Véase gráfico 4.2.1)

⁶¹ Véase mapa de Patrimonio Cultural en el capítulo del mismo nombre del presente trabajo.

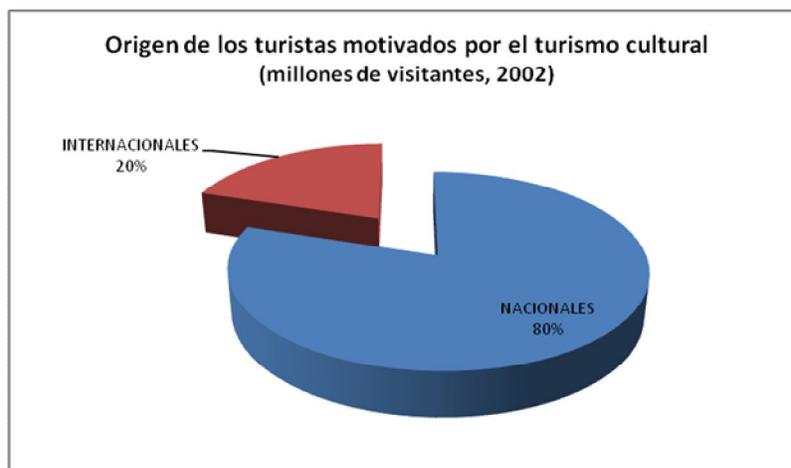


Gráfico 4.2.1. FUENTE: Elaboración propia con datos de “El turismo en México”, SECTUR.

Si aceptamos esta premisa como cierta encontramos que la verdadera riqueza explotable se encuentra en el mercado interno, si se le inyecta dinamismo a esta área la consolidación de dicho mercado puede ser el inicio de un encadenamiento productivo/consumo que fomente el crecimiento desde adentro además de la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos, evidentemente no se descarta la importancia de atraer divisas del extranjero vía sus turistas y los programas de difusión y propaganda del turismo cultural en México deben seguirse implementando como medidas de primera necesidad considerando la importancia que este sector representa para la economía.

La Secretaría de Turismo ha fomentado la creación y apoyo al Programa de Desarrollo de Turismo Cultural, que busca precisamente, fortalecer los instrumentos para el mayor aprovechamiento en el Largo Plazo de los recursos culturales que proporcionen una rentabilidad económica y social a los proyectos. De la misma forma estos proyectos están siendo respaldados cada vez más por otras Dependencias e Instituciones Gubernamentales que contribuyen en la consolidación del mercado turístico: “...para lograrlo, se están implementando acciones que permiten apoyar la identificación y dotación de infraestructura y equipamiento para este segmento, creando alianzas estratégicas para el desarrollo de alternativas y diversificación de nuestros productos

turísticos, que permiten además el desarrollo económico y social de la comunidad receptora y el país en general...⁶²

México ocupa el quinto lugar a nivel mundial en densidad cultural, a su vez representa el 6to destino turístico a nivel mundial⁶³. El turismo es un área económica importante en el país, la proporción de éste que tiene alguna relación con el sector cultural es destacable, por lo que lo vuelve importante *per se* (Véase gráfico 4.2.2).



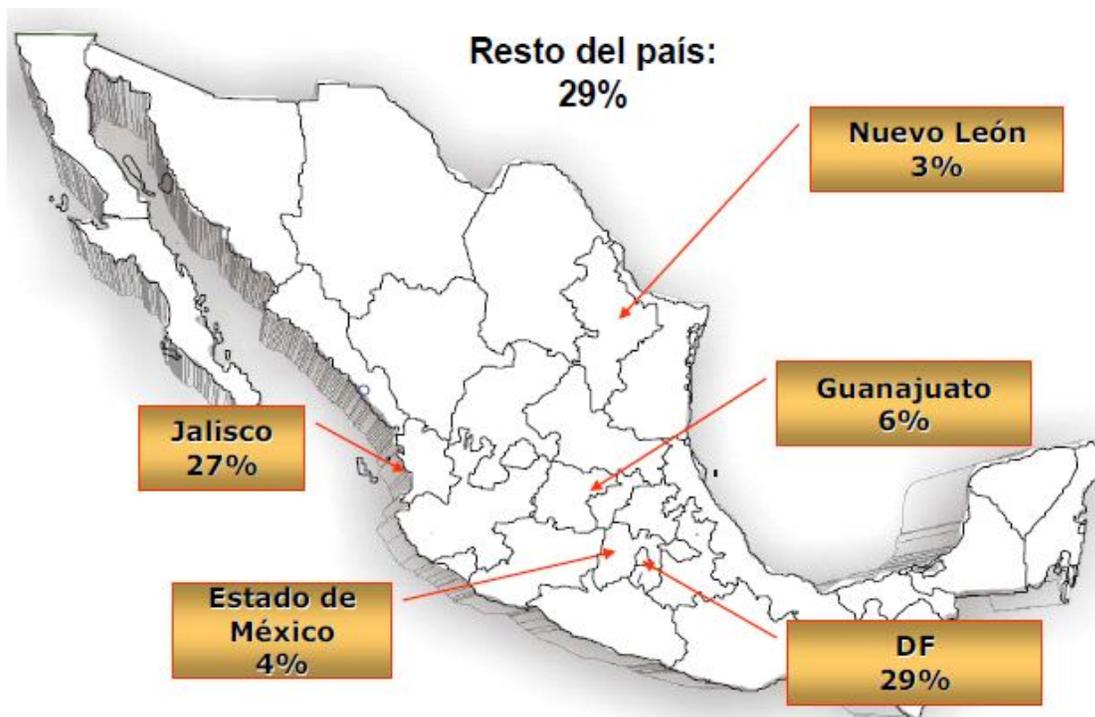
Gráfico 4.2.1. FUENTE: Elaboración propia con datos de “El turismo en México”, SECTUR.

Si bien mucha de la infraestructura se encuentra centralizada (museos, cines, casas de cultura, bibliotecas, etc.) es importante no olvidar aquella que, como se menciona, se encuentra en áreas estratégicas y de esta manera requeriría poca inversión para su aprovechamiento. Desafortunadamente, como se puede observar en el siguiente mapa (Véase *mapa 4.2.1*), la concentración es muy marcada en las zonas industrializadas, esto quiere decir que la mayor proporción de turistas motivados por la cultura tienen su origen en zonas de altos ingresos, si este elemento es canalizado de manera correcta se puede crear un flujo de la renta de las zonas con mejor ingreso per cápita hacia las zonas del país con niveles de renta más bajos –que en su mayoría son los que poseen atractivos turísticos culturales en el país-, estableciendo un tipo proceso redistributivo de la renta.

⁶² Turismo Cultural, definición, objetivos y metas. www.sectur.gob.mx

⁶³ Folleto de Industrias Creativas. PROMÉXICO.

Principales Estados emisores de Turistas Culturales (2001-2006)



Mapa 4.2.1. FUENTE: "Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja en México por motivos de cultura", 2006, Centro de Estudios Superiores de Turismo, SECTUR.

Un caso muy similar es el que ocurre a nivel internacional, donde la mayor parte de turistas culturales provienen de Estados Unidos, representando la cifra del 68% (Véase *mapa 4.2.2*), considerando que es un país con ingresos per cápita muy altos, que además comparte con nuestro país una amplia frontera, una cercanía afianzada por la facilidad de traslado crea un escenario muy prometedor, sin embargo, también puede prestarse atención a otros países cuyos turistas tienen fama de ser atraídos por la multiculturalidad como el caso de los países europeos, cuyos niveles de renta son sumamente altos y representarían una opción importante para diversificar al turismo mexicano.

Principales Países emisores de Turistas Culturales

(2001-2006)



Mapa 4.2.2. FUENTE: "Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja en México por motivos de cultura", 2006, Centro de Estudios Superiores de Turismo, SECTUR.

Esta fuente de fomento al consumo de la cultura nacional es un modelo que ha demostrado su viabilidad en varios países en los que se ha implementado, por ejemplo, el caso de Nueva York y su teatro que atrae cada año a miles de turistas, los museos europeos, los casos de éxito de Francia, Italia e Inglaterra que han hecho de esta área económica una importante generadora de divisas.

Es entonces que como un país con potencial cultural reconocido pero no aprovechado lo suficientemente nos encontramos ante la disyuntiva de aislar el patrimonio para su conservación o construir modelos que permitan un uso sustentable de ese patrimonio en beneficio de la población. Será cuestión de considerar que el patrimonio cultural, ya sea de corte histórico o contemporáneo⁶⁴ no es un majestuoso objeto muerto, por el contrario, es un cúmulo de diversidades capaces de proporcionarnos un lugar privilegiado, es una opción más para aprovechar los destinos con identidad que ofrecemos al resto del mundo, fortaleciendo los productos turísticos competitivos otorgándoles un valor agregado.

⁶⁴ También manejado como IPDA

En este sentido debe reconocerse la intención de programas como VIVE MÉXICO, impulsado por la Secretaría de Turismo que buscaba impulsar este campo y dar a conocer la vastedad que México ofrece al mundo. A pesar de esto, a la vez que se desarrollen estos programas debe existir una preparación previa en el mercado nacional que permita el máximo aprovechamiento de los ingresos por el turismo canalizándolo hacia su uso productivo, hecho que debe valerse no solo del apoyo federal, sino que debe incentivar la gestión del patrimonio por parte de sus comunidades.

4.3 CASOS DE ÉXITO

En la actualidad uno de los productos turísticos con más potencialidad dentro de los próximos años es el turismo cultural, su rentabilidad se encuentra reflejada en el consumo y los niveles de empleo dentro del sector, así como el mejoramiento en la conservación de los propios sitios turísticos.

España es uno de los países que más registros culturales de patrimonio tiene en la UNESCO, por lo que ha buscado la manera de aprovechar estos recursos, esto se hace evidente ante la creación de una Feria del Turismo Cultural, celebrada desde hace algunos años en la madre patria, en la Feria del 2010 se publicaron cifras interesantes concernientes a este tema, que arrojaron que el 28% de los turistas europeos se encuentran motivados por algún factor cultural o artístico.

De la misma forma en su publicación anual Ministerio de Cultura elaboró su Anuario de Estadísticas Culturales 2009 “... *Este trabajo recoge una selección de los resultados estadísticos más relevantes del ámbito cultural, procedentes de diversas fuentes, y tiene como objetivo facilitar el conocimiento de la situación y evolución de la cultura en España, su valor social y su capacidad de generar riqueza para el país...*”⁶⁵.

Con el siguiente gráfico se expone de manera más evidente el impacto económico que la apuesta al sector cultural le ha proporcionado a este país.

⁶⁵ Introducción del Anuario de Estadísticas Culturales 2009, Ministerio de Cultura de España.

TABLA 4.3.1. IMPACTO DEL SECTOR CULTURAL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

APORTACIÓN AL PIB		
2008		2009
3%		3.80%
Rama del sector cultural	% de la Aportación al PIB	
Libros y prensa	38.70%	
Radio y TV	17.40%	
Cine y video	11%	
Artes plásticas	9.70%	
Artes escénicas	5.40%	
Patrimonio	3.60%	
Música grabada	1.90%	
Bibliotecas	1.80%	
<p>El sector cultural en España comienza a mostrar signos de un repunte que ha llamado la atención de especialistas de varias ramas. El crecimiento en su participación dentro del PIB son muestras inequívocas de una relevancia mayor dentro de la economía española del sector cultural que ha servido como uno de los tantos motores de los que esta economía europea pueda anclarse para impulsar su economía.</p>		
IPDA's		
2008	71%	Cultural
	29%	Publicidad e informática
<p>Las Industrias Protegidas por Derechos de Autor (IPDA'S) tienen una estrecha relación con el sector cultural, como la presente tabla lo indica 71% de las actividades de ésta tienen alguna relación con el área de la cultura.</p>		
EMPLEO CULTURAL		
2007	2.20%	
2008	2.80%	568,800 empleos
<p>Para impulsar el crecimiento de cualquier economía, así como para evaluar los impactos de algún sector en específico el empleo resulta un indicador de alta confianza. El Sector cultural de España está generando empleos, con tasas más altas incluso que el de otras industrias básicas (como ciertas ramas de textiles).</p>		
EMPRESAS CULTURALES		
2008	70, 109 empresas	
	Producción= \$22,408 mde ⁶⁶	
<p>Durante el 2008 la creación y existencia de empresas culturales creció vertiginosamente y con ellas la producción de bienes y servicios culturales, por lo que podemos inferir una inclinación más marcada a la creación de empresas dentro de esta industria y por ende una mayor acumulación de capital en la misma.</p>		

⁶⁶ Millones de Euros

FINANCIACIÓN Y GASTO PÚBLICO				
		M.d.e	Gasto %PIB ⁶⁷	
2008	Gto de la Admón Gral del Edo	\$991	0.09	
	Gto de la Admón Autonómica	\$1,976	0.19	
	Gto de la Admón Local	\$3,614	0.34	
COMERCIO EXTERIOR		El comercio exterior ha mostrado un dinamismo recalcable, a pesar de la existencia de un déficit en la Balanza de Bienes Culturales la carta fuerte española se encuentra en su área de libros y prensa, mismo que presentó un saldo superavitario por la cantidad de 254.3 m.d.e.		
2008	EXPORTACIONES			\$892.3 m.d.e
	IMPORTACIONES	\$1,131.30 m.d.e		
TURISMO CULTURAL		El turismo cultural también ha llamado la atención, el porcentaje de turistas inspirados por algún motivo cultural va en ascenso año tras año, de seguir así la inversión en bienes culturales y patrimoniales puede ser la opción a desarrollar en el ramo turístico.		
2008	Viajes con motivos culturales			
	Nacionales			13.8
	Extranjeros	16.4		
BIENES DE INTERÉS CULTURAL		El interés por parte del gobierno español por el registro y reconocimiento de su patrimonio cultural demuestra una especial atención hacia esta área y una motivación por parte del Ministerio para continuar con este proceso que los convierte en el país que más Bienes Culturales registrados tiene.		
2008	B. de Interés Cultural			15,849
	B. Culturales Muebles	6,679		

Tabla 4.3.1. Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario de Estadísticas Culturales, 2009. Ministerio de Cultura de España.

4.4 CONSIDERACIONES FINALES

El empleo en el Sector Cultural

La mejor forma de comprobar la trascendencia económica de algún sector es a través de los empleos que este genere, ya que por si mismo son un condicionante para el desarrollo de una economía y su crecimiento, refiriéndonos claro, al sector formal.

⁶⁷ Con base año 2000

Desafortunadamente, para motivos de este análisis la información se encuentra poco actualizada⁶⁸, sin embargo servirá para mostrarnos la tendencia que el empleo en este sector cultural, específicamente en el área de las IPDA'S se posee. (Véase tabla 4.3.1)

Estadísticas de población en México			
	1988	1993	1998
Población Total	83,265,000	86,613,000	96,650,933
PEA	28,852,000	33,652,000	39,562,404
PEA ocupada	28,128,000	32,833,000	38,658,762
PEA desocupada	724,000	819,000	903,642

Tabla 4.3.1. FUENTE: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información de Conapo, Encuesta Nacional de Empleo, 1988, 1993, 1998.

Ahora bien, respecto a estas cifras el comportamiento del empleo en las IPDA's fue de la siguiente forma. (Véase gráfico 4.3.1)

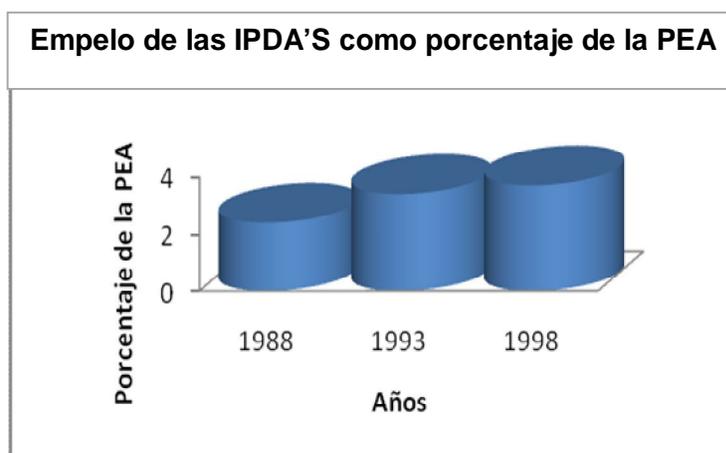


Gráfico 4.321. FUENTE: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

La proporción del empleo de estas industrias culturales ha ido en aumento respecto a la PEA total, aunque si bien sus tasas de crecimiento disminuyeron esto se explica por el

⁶⁸ Sobre todo por la escasez de información respecto al empleo generado por las IPDA's, mismas que llegan hasta 1998, según datos extraídos de The Competitive Intelligence Unit.

incremento del uso de tecnologías que hace que el requerimiento de la mano de obra sea menor. Sin embargo, en ese sentido, se debe analizar la situación del personal empleado, que si bien cada vez va necesitándose menos de trabajadores aquellos que se encuentran trabajando en el área tienen condiciones de vida prometedoras y remuneraciones a la alza. (Véase gráfico 4.3.2)

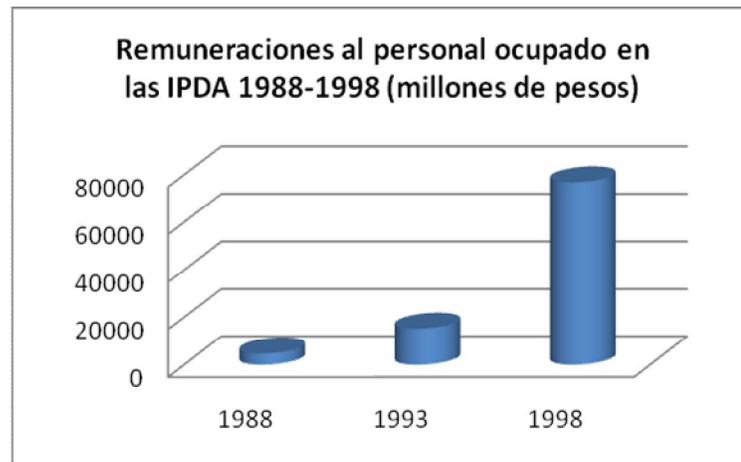


Gráfico 4.321. FUENTE: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Por lo anterior podemos concluir que la importancia del sector es creciente y de importancia para la economía nacional dado el porcentaje de empleos que genera.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir con el presente trabajo será importante contrastar las demostraciones que pretendieron hacerse a lo largo del texto que comprueban nuestra hipótesis inicial.

México cuenta con un importante sector cultural porque:

- Cuenta con más de 33 mil zonas arqueológicas con cifras que ascienden a los 18 millones de visitantes en promedio anual⁶⁹
- Ocupa uno de los primeros lugares en diversidad cultural en todo el mundo
- Posee atractivos turísticos culturales reconocidos a nivel internacional en sus museos como es el caso del Museo Nacional de Antropología e Historia en la ciudad de México.
- La producción cinematográfica se encuentra en un periodo de auge impulsado en gran medida por la Inversión Estatal.⁷⁰
- El crecimiento en la producción de las Industrias Protegidas por Derechos de Autor en nuestro país presenta tasas de crecimiento mayores que las del sector automotriz mismo que es considerada uno de los más productivos dentro de la economía nacional.

Cuenta con un importante potencial en dicho sector para fomentar el desarrollo económico del país ya que:

- El consumo cultural en el país ha mostrado un incremento promedio de 10% anual.⁷¹
- La captación en 2010 de público extranjero por parte del INAH tuvo un ascenso considerable de casi 19 por ciento, al alcanzar 3.5 millones de personas.
- En lo que respecta al flujo de visitantes nacionales en 2010, a zonas arqueológicas, museos y monumentos históricos a cargo del INAH, representó un incremento de 7.6 por ciento respecto a 2009.
- La oferta cultural del INAH capta una considerable cantidad de visitantes son Veracruz y Guanajuato, con una afluencia de poco más de 700 mil y 480 mil personas cada año, respectivamente.

⁶⁹ Cifras extraídas del reporte anual del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) de 2010.

⁷⁰ Gráfico 4.9 de Inversión del Estado en la Industria Cinematográfica, pp. 95

⁷¹ Ibid.

- El turismo arqueológico en las zonas mayas aumentó en un 15 por ciento este año.
 - La contribución de las industrias culturales al PIB en México es uno de los más altos del mundo, casi similar al que se tiene en E.U y Reino Unido y bastante superior al de cualquier país de América Latina.⁷²
 - El empleo que generan las Industrias Protegidas por Derechos de Autor ha presentado crecimientos exponenciales durante las últimas dos décadas, que se atribuyen al fenómeno de la globalización y que representan un área de oportunidad para el mercado laboral nacional.⁷³
 - Las remuneraciones que proporciona el sector a sus empleados se encuentran a la alza de manera destacable, durante la década de los 90's se cuadruplicó.⁷⁴
-
- La economía es una ciencia social cuya principal preocupación radica en la eficaz distribución de la riqueza para mejorar el nivel y la calidad de vida de la población, por ello tiene como deber la búsqueda de empréstitos alternativos que fomenten el crecimiento y desarrollo. El sector cultural ha demostrado ser una alternativa con mucho potencial que se ha ido abriendo lugar en los mercados mundiales.
 - Numerosos han sido los países que han demostrado que las Industrias Culturales y la llamada Economía de la Cultura es una alternativa rentable para atraer inversiones, ingresos por turismo y a la vez una oportunidad para insertarse en otros mercados, como por ejemplo Francia, España, Japón, China, entre otros.
 - El sector cultural es un área económica en crecimiento constante y vertiginoso que se ha visto impulsado por la ampliación del comercio y los mercados mundiales del entretenimiento y de la tecnología.
 - Con el adecuado aprovechamiento de las nuevas tecnologías y facilidades de movilidad humana y de capital el Sector Cultural puede representar una alternativa de crecimiento aunque a la fecha no se le haya dado la importancia y el apoyo

⁷² Gráfico 4.1. Contribución de las industrias culturales al PIB en perspectiva Internacional. Pp. 87

⁷³ Gráfico 4.3.1 Empleo de las IPDA como % de la PEA. Pp. 106

⁷⁴ Gráfico 4.3.2 Remuneraciones al personal ocupado en las IPDA 1988-1998 (millones de pesos). Pp. 106

como un área económica trascendente tal y como en su momento sucedió con el Sector Turismo.

- Las industrias culturales representan un camino prometedor por los recursos ilimitados que posee –dado que la creatividad es ilimitada- y por su capacidad de abrir nuevos mercados que otorguen al país un sello distintivo.
- La deficiencia de los estadísticos y la contabilización cultural, especialmente en lo referente al consumo cultural dificulta el análisis profundo en las oportunidades y problemáticas del Sector, por lo que, si pretende explotársele como impulsor económico, será necesario crear un sistema formal que homogenice la información desde su captura hasta su procesamiento realizado por profesionales en el área.
- México es una potencia económico-cultural por su vastedad patrimonial y su importante inclinación a la producción creativa, superando incluso a países de América Latina y colocándose al nivel de potencias culturales europeas.
- Es necesario ser conscientes de la riqueza cultural con la que cuenta el país para que, de esta forma, se desarrollen mecanismos de protección a la infraestructura existente y el fomento a la creación de nueva, con el objetivo de seguir conservando las ventajas competitivas que en la actualidad aun poseemos.
- México requiere el desarrollo de herramientas que le permitan la plena utilización de sus recursos patrimoniales culturales, de la misma forma necesita crear infraestructura y tecnología que promueva la creación de nuevas expresiones culturales que fortalezcan el aporte económico del sector.
- En términos de normatividad cultural el esfuerzo nacional e internacional ha sido destacable, sin embargo éstos no han sido suficientes por lo menos en nuestro país ya que no han respondido a las necesidades cambiantes de la sociedad actual.

- El rezago institucional que sufre nuestro país puede mermar en el desarrollo y utilización de los recursos culturales nacionales, por ello resulta apremiante la creación de una Institución de Cultura que sea capaz de concentrar todas las acciones culturales, que posea autonomía en gestión así como presupuestaria y con una jerarquía propia de Secretaría.
- Se requiere de una conjunción entre las diferentes políticas económicas públicas del país y las políticas culturales para que se garantice su cumplimiento y perduración más allá de los gustos o preferencias de los representantes del poder vigentes.
- Las alternativas que nos ofrece el desarrollo de la Industria Cultural son diversas y con externalidades positivas, que se refieren tanto al desarrollo social y cultural de la población que pueden traducirse en una mejor calidad de vida, no solo en términos económicos.
- México ha sabido, en la medida de lo posible considerando las restricciones presupuestales, conservar y proteger el área cultural, desafortunadamente si ésta ha presentado algún crecimiento ha sido más bien de forma inercial, hay una escasez de estudios del tema que contengan cierta formalidad, lo que nos ubica en una posición muy atrasada respecto a otros países del mundo.
- Si consideramos que la economía nacional se encuentra en un modelo exportador decadente y basado en la explotación de un recurso natural próximo a agotarse, es necesario que comience a buscarse una alternativa productiva que impulse y sostenga la economía nacional, el Sector Cultural puede ser una opción viable, si se maneja de manera adecuada, de origen nos permitiría aprovechar una ventaja competitiva que poseemos, al ser un diamante en bruto.
- El desarrollo de este sector no rendirá frutos de la noche a la mañana, porque no existen fórmulas milagrosas, sin embargo, aun es tiempo de comenzar a desarrollar los cimientos que nos aseguren la máxima y eficaz utilización de la creatividad y herencia cultural que nuestro país posee.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, Santiago. *“Financiamiento de la cultura: entre lo público y lo privado”* México, Ed. Siglo XXI, 2008
- B. Mège. *“Problèmes posés à la création artistique et intellectuelle par le développement des industries culturelles nationales et internationale”*. Paris, Ed. UNESCO, 1983.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo, *“Perfil y grado de satisfacción del turista que viaja a México por motivos de cultura”*, México, Ed: SECTUR, 2006.
- CEPAL, *“Reporte de Crecimiento Económico de América Latina y el Caribe”*, 2010.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes - Universidad Nacional Autónoma de México, *“Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales”*, Instituto de Investigaciones Sociales, México, 2004
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *“Atlas de Infraestructura Cultural de México”*, 2008.
- Cúneo Dardo; *“Cultura, país y época”*, Argentina: ed. Transición. 167pp.
- Deaton, Augus. *“El consumo”*, Madrid: ed. Alianza, 1995. 270pp.
- Dieminger, Ruben. *“El arte y el consumo”*. Convicciones (Diciembre de 2006).No. 03. [Consulta: 12 septiembre 2009] <<http://convicciones.blogia.com/2006/123001-el-arte-y-el-consumo.php>>
- Douglas, Mary/ Isherwood, Baron. *“El mundo de los Bienes”*, Nueva York: GRIJALBO y CONACULTA., 1979. pp 238
- Dupuis, Xavier, *“El consumo Cultural del venezolano”*, en *Économie et culture. Les outils de l'économiste a l'épreuve*. París. Volume I. La Documentation Francaise, 2006

- Esteinou, Javier. *“La cultura y la comunicación mexicana bajo las leyes del mercado”*, Ed. Estudios-Otoño 1993.
- Foster George, Mateo Andrés y Sánchez Mayo, et al. *“Las culturas tradicionales y los cambios técnicos”*, México: ed. Fondo de Cultura Económica, 1980. 138pp.
- García Canclini, Néstor; *“Las culturas populares en el capitalismo”*, México: ed. Nueva Imagen, 1982. 224pp.
- García Canclini N. y Piccini, M. *El Consumo Cultural en México*. México: ed. CONACULTA. 1993
- García Canclini, Piedras Feria, *“Las industrias culturales y el desarrollo de México”*, Ed. México S. XXI, 2008.
- Getino, Octavio, *“Las industrias culturales en la Argentina: Dimensión económica y políticas públicas”* Buenos Aires, Argentina. Ed. Colihue
- Gil Adriana, Feliu, Joel; et al. *“Psicología económica y del comportamiento del consumidor”*, Barcelona: ed. UOC, 2004. 270pp.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos. *“Metodología de la investigación”*, México: ed. Mc Graw-Hill Interamericana, 2006. 850pp.
- Ianni, Octavio. *“Enigmas de la modernidad-mundo”*, México: ed. Siglo XXI, 2000. 268pp.
- Katona, George; tr. Serrano, Rafael. *“Psicología de la economía”*, México: ed. Ateneo, 1979. 318pp.
- Keynes, John Maynard; tr. Hornedo, Eduardo. *“Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero”*, México: ed. Fondo de Cultura Económica, 2003. 413pp.
- Lefebvre, Henri; tr. Escudero, Alberto. *“La vida cotidiana en el mundo moderno”*, Madrid: ed. Alianza, 1972. 255pp.

- Mac Farlane, Alan; tr. Bárcena, Agustín. *“La cultura del capitalismo”*, México: ed. Fondo de Cultura Económica, 1993. 257pp.
- Mattelart, Armand. *“La cultura como empresa multinacional”*, México: ed. ERA, 1974. 190pp.
- Martínez, Omar *“Concentración televisiva y la tercera cadena, Mexicana de Comunicación, Ley Televisa, México”*, 2005
- Ministerio de Cultura de España, *“Anuario de Estadísticas Culturales”*, 2009.
- Olmos, Héctor. *“Cultura: el sentido del desarrollo”*, México 2004, Ed. Intersecciones, 251pp.
- Organization of American States (OAS), *“Culture as an engine for economic growth, employment and development”*, pp. 84
- Pérez de Cuellar, Javier. *“Nuestra diversidad creativa”*, México: ed. UNESCO: Correo de la UNESCO, 1997. 387pp.
- Piedras, Ernesto. *“¿Cuánto vale la cultura?”*, México, Ed. CONACULTA, 2004
- _____, *“Industrias culturales para el desarrollo Integral en México y América Latina”*, México, Inter-American Culture & Development, 2003.
- PROMEXICO. *“Folleto de Industrias creativas”*, 2010
- Pipitone, Ugo. *“La salida del atraso: un estudio histórico comparativo”*, México: ed. Fondo de Cultura Económica, Centro de Investigación y Docencias Económicas, 1995. 493pp.
- Rapetti, Sandra, *“El problema del financiamiento de la cultura: una aproximación a partir del estudio de casos”*. Ed. Ponencia, 2008
- Rausell, Pau. En: *Economía y cultura. Una pareja de hecho*. [en línea]. España. [Consulta:17 septiembre 2009] <
www.uv.es/coursesegsm/Publiceconcult/RLunaProl.pdf>

- Sauv , Pierre. En: *Cultura y economía: los retos en juego*. [en línea]. [Consulta: 25 agosto 2009] < www.campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio10.htm>
- Toffler, Alvin. *“Los consumidores de cultura”*, Buenos Aires: ed. Leviatan, 1987. 240pp.
- Tolila, Paul. *“Economía y cultura”*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Secretaría de Relaciones Exteriores, 2007. 194pp.
- Tolila, Paul. En: *Estadísticas, economía e indicadores culturales. El ejemplo francés y los avances europeos*. [en línea]. México. [Consulta: 18 agosto 2009] <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/816.pdf>
- Universidad Nacional Autónoma de México. *“Información sobre la Cultura en México”*, 2008.
- UNESCO, *“Reporte de la Cultura Mundial”*, 2009
- Villegas, Abelardo; *“Cultura y política en América Latina”*, México: ed. Extemporáneos, 1978. 157pp.
- Youngelson-Neal, Helen. *“La globalización de la cultura popular”*, en Herzberg, Ernesto (Comp.), *“La globalización. Presente y Futuro”*. USA: ed. UPAEP, 2006

BASES DE DATOS

Sitiograf a:

- Sistema de Información Cultural. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
<http://sic.conaculta.gob.mx>
- Estadísticas Culturales. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
www.inegi.org.mx

- Bases de datos Estadísticos. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

<http://portal.unesco.org/culture/es>

<http://publishing.unesco.org>