



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**LA CULTURA COMO FACTOR PARA EL DESARROLLO
ECONÓMICO: UN ANÁLISIS DEL CASO MEXICANO**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ECONOMÍA

P R E S E N T A:

AMARANTA BAUTISTA ZEPEDA

DIRECTOR DE TESIS: DR. ALFREDO VELARDE SARACHO



CIUDAD DE MÉXICO

2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A mi mamá, Celia Zepeda, porque lo más importante son las raíces

A Migue, por su paciencia y amor

A Rita y Zafira, porque no hay mejor compañía para escribir

Y por supuesto, a Dios.

Para todos los economistas que seguimos buscando mejorar al país.

ÍNDICE

Introducción.....	5
Capítulo 1.- Economía y Cultura.....	10
a) Definición y contextos.....	10
b) La cultura en el desarrollo económico.....	17
c) Bienes y servicios culturales.....	24
d) Patrimonio cultural.....	28
e) Economía creativa.....	31
f) Economía cultural.....	37
Capítulo 2.- Industrias culturales y creativas.....	40
a) Industrias culturales.....	41
b) Industrias creativas.....	45
c) Clasificación de las Industrias Culturales y Creativas.....	46
d) Comercio de bienes y servicios culturales y creativos.....	53
e) Evolución tecnológica.....	57
f) Propiedad Intelectual y Derechos de Autor.....	59
g) Estadísticas culturales.....	62
i. ¿Para qué medir la cultura?.....	64
ii. Cuentas satélite.....	66
h) Industrias culturales y creativas en el desarrollo económico.....	67
Capítulo 3.- Inversión Pública y Políticas culturales.....	72
a) Tendencias en torno a las políticas culturales.....	72
i. Políticas para el desarrollo.....	77
b) Inversión pública y financiamiento de la cultura.....	80
i. Indicadores de desempeño.....	84
ii. Resultados.....	85
c) Ciudades creativas.....	89
i. El papel de los museos.....	91
Capítulo 4.- Análisis del caso mexicano.....	94
a) Economía y cultura para el desarrollo de México.....	94
i. Bienes y servicios culturales.....	99
ii. Nuevos cauces de la economía cultural.....	100
b) La medición de la cultura en México.....	101
i. Marco institucional.....	101
ii. Estadísticas culturales.....	103
c) Inversión pública y políticas culturales en México.....	109

i.	Programa Nacional de la Cultura 2007-2012.....	110
ii.	Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018: ámbito cultural.....	112
iii.	Secretaría de Cultura.....	113
iv.	Cooperación internacional.....	114
	• Tratado de Libre Comercio.....	114
	• Unión Europea.....	115
	Conclusiones.....	120
	Referencias Bibliográficas.....	126

Introducción

La cultura y la creatividad son parte inherente del ser humano en sociedad, al igual que lo es la economía. Los términos son utilizados de múltiples maneras, dependiendo del enfoque a partir del cual se analice, así es común que, al hablar de una nación, se le pueda referir como una *economía*, e incluso se llega a categorizar a una nación (o economía) como una *cultura*. Además de esta variable significación conceptual, la sociedad actual se caracteriza por ser un sistema en el que todo está vinculado y las esferas ya no lo son como tal, sino que están unidas como en un diagrama de Venn.

En este contexto es claro que la economía y la cultura no son ámbitos separados, sino que están conectados por infinidad de vías y que su vinculación puede dirigirse hacia un fin común. Este fin común, para la presente investigación, es el desarrollo económico.

Tomaremos a la cultura desde su acepción adjetiva, más que sustantiva, es decir a partir de su utilización en términos como bienes y servicios culturales, industrias culturales y en general, el sector cultural de la economía (*lo cultural*) para enfocarnos en ella como sector productivo. Entonces, ¿por qué la investigación no se titula *El sector cultural para el desarrollo económico*? Porque, aunque sí nos enfocaremos en la cultura como sector, no pretendemos cerrar el discurso a tal enfoque, sino que partiremos de la riqueza de lo que *cultura* denota.

Sin embargo, si dejaremos de lado ciertas aristas analíticas de la cultura, pues sería una labor sin fin verlas todas. No la analizaremos, por ejemplo, a partir del planteamiento de Hofstede, quien propone ver a la cultura a partir de una matriz institucional con componentes sociales donde, para el caso de México, destaca el distanciamiento frente al poder y la pasividad de los individuos frente a la desigualdad, entre otros (Hofstede, 2001).

Ante la dificultad de definir a la cultura, daremos un contexto teórico general del término, dedicando una parte de la investigación a explorar definiciones y aclarar propósitos. Por ahora es importante poner sobre la mesa que no muchos economistas se han decantado por estudiar el desarrollo económico a partir de un enfoque basado en el sector cultural. De la misma manera como no muchos artistas han visto al estudio de la economía como parte si quiera complementaria de su formación. Entonces nos encontramos con dos situaciones:

Una es que las decisiones públicas que afectan directamente al sector cultural de la sociedad, son tomadas únicamente, y en el mejor de los casos, desde la perspectiva educativa. Es decir, esas decisiones no se toman pensando en todo lo demás que un robusto y funcional sector cultural puede ofrecer para el desarrollo de un país, sino que se centran en ver a este como una rama de la política educativa.

La otra situación es que las decisiones públicas para la economía, que en teoría tendrían que tener como fin último el desarrollo económico y el bienestar, se toman ignorando la

importancia del papel que juega la cultura como sector económico y como ingrediente indispensable del mismo desarrollo, y por supuesto para el bienestar.

Ante esto y ante la situación de estancamiento de las Economías, que les ha impedido rebasar los títulos de *subdesarrollado* o en *vías de desarrollo* para posicionarse como naciones *desarrolladas*, resulta ya imprescindible voltear a ver las vías que se han mantenido abiertas, pero sin explorar. De aquí surge la necesidad de que los economistas reconozcamos al sector cultural como esa vía que puede lograr un avance considerable en el camino hacia el desarrollo económico.

Aquí debemos detenernos para definirlo, a lo largo de la investigación entenderemos el término ***desarrollo económico***, que a veces abreviaremos como sólo desarrollo, como el **proceso integral a través del cual un Estado genera y mantiene e impulsa un crecimiento económico estable, al mismo tiempo que a los indicadores sociales como la educación y la salud, por medio de un enfoque sostenible que tome en cuenta el equilibrio medioambiental, procurando en última instancia el bienestar general.**

Para la realización de esta investigación se tomaron como base las publicaciones sobre el tema del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), perteneciente al sistema de Naciones Unidas. En los esfuerzos del Programa para mejorar la calidad de vida de las naciones, se ha retomado el tema de cultura para el desarrollo en la agenda internacional, en un contexto en el que, sobre todo la creatividad, está siendo materia de todos los días.

“La cultura es un motor de desarrollo, liderada por el crecimiento de la economía creativa en general y de las industrias culturales y creativas en particular, no sólo reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías o ideas creativas y sus beneficios sociales no monetizados”. (PNUD, 2013:9)

Las industrias culturales y creativas se deben comenzar a ver como potenciales factores de crecimiento económico que, además, por su propia naturaleza cultural y creativa, son parte primordial del desarrollo integral de los países. Como se indica en el *Reporte de Economía Creativa*, en la actualidad “hay una necesidad urgente de encontrar nuevos cauces de desarrollo que estimulen la creatividad y la innovación en la búsqueda de un crecimiento y un desarrollo sostenibles, equitativos e inclusivos”. (PNUD, 2013:2)

Según el grado de desarrollo que tenga una economía, y a partir de un análisis detallado de las necesidades locales de la comunidad, se pueden plantear políticas públicas destinadas a lograr objetivos que alienten la dinámica de la economía cultural. Es de reconocerse que en los últimos años se ha dado una concientización en muchos gobiernos sobre la importancia de las políticas culturales sobre el proceso de desarrollo económico. Se elaboran estudios en los que se ha demostrado el papel de las industrias culturales y creativas como empresas innovadoras con un gran potencial económico y como uno de los sectores más dinámicos.

En general los estudios de instituciones como la ONU, muestran que la capacidad del sector de generar empleo y crecimiento aplica para todas las economías, de ahí la relevancia de poner énfasis en ello al momento de hacer las políticas y otorgar los presupuestos a los diferentes programas.

Darse cuenta del crecimiento que genera la economía de la cultura es un primer paso, pero potencializar esa ventaja para convertirla en competitiva, es un reto mayor para las políticas públicas. El mantenimiento de un ambiente propicio para la creatividad y la cultura será indispensable para que este sector pueda crecer por sí solo y no dependa completamente del gobierno. Para que esto suceda, debemos entender la evolución conceptual tanto de la cultura como de la economía, empezando con el hecho de que sólo recientemente se ha considerado a la primera como parte de la riqueza de las naciones, es decir, de la economía.

El presente trabajo tiene como objetivo el analizar la importancia de la cultura, en el mencionado sentido adjetivo de la palabra, para el desarrollo económico de los países. Este análisis se realizará en particular para el caso de México a partir de una relación entre los términos cultura y economía, de manera que se detecten las vías y oportunidades para lograr el desarrollo, y enfocándonos en las llamadas industrias culturales y creativas, pues como veremos, forman la mayor parte de la economía del sector cultural.

Así mismo, nos dedicaremos a identificar las medidas públicas que incentivan el crecimiento de estas industrias y del sector cultural en general, con recomendaciones para México con perspectiva a futuro. Por ello el estudio pretenderá ser de especial utilidad para el caso mexicano.

Se parte del precepto de que la cultura es un factor indispensable para el desarrollo económico, y que para lograr su potencial de crecimiento se requiere de inversión pública y privada, así como de un replanteamiento en las políticas culturales y económicas.

Buscamos comprobar que, en el sector cultural de la economía, existe un crecimiento y desarrollo potencial desaprovechado, que a pesar de enfrentarse a dificultades presupuestarias y políticas en general, ha tenido una tendencia de crecimiento económico positiva, mayor a otros sectores; y que además en el caso de México, dicho sector ha crecido más que en países desarrollados. Con una suficiente atención gubernamental a través de política pública e inversión, además del Producto Interno Bruto, también se verían beneficiadas diversas variables en pro del desarrollo económico. Analizando el estado de la economía cultural podemos proponer vías alternas de crecimiento y desarrollo.

El sector cultural de la economía potenciaría al PIB mexicano y lograría avanzar en el desarrollo económico con una mayor o simplemente mejor inversión, y con el planteamiento de políticas públicas adecuadas, todo encaminado a la formación integral de las personas.

A través de un método histórico-estructural, la presente investigación hace un aporte para la revisión de los siguientes preceptos:

- La economía y la cultura son dos disciplinas interrelacionadas que pueden apoyarse entre sí para alcanzar objetivos específicos.
- Los bienes y servicios culturales y creativos ayudan a la población a desarrollarse como individuos integrales, de manera que son indispensables para complementar la educación.
- Las industrias culturales y creativas han demostrado ser de suma importancia para el desarrollo económico global, pues son potenciales creadores de empleos, crean encadenamientos productivos y ayudan a la formación integral de las personas.
- En México, a través de políticas públicas adecuadas y un mejor manejo presupuestal, el sector cultural de la economía puede servir como motor de desarrollo económico.

Para poder analizar dichos temas, hemos estructurado el texto de manera que en el primer capítulo nos adentramos en las múltiples vías en que la economía y la cultura se relacionan, dando prioridad a la académica y partiendo del concepto de valor para encontrar diferencias y similitudes. Se aclarará el término *cultura* en los términos en que nos estaremos refiriendo a ella a lo largo del trabajo, como sector productivo.

Repasaremos también, los trabajos que en el ámbito internacional han hecho aportes al estudio del tema, a partir del estudio pionero de W. Baumol y W. Bowen de 1966, destacando el hecho de que se empezara a abordar en un momento de reclamo de los profesionales del sector cultural por condiciones de restricciones presupuestales y de intervenciones públicas. Veremos cómo el desarrollo económico tiene cabida en un análisis de la economía cultural y creativa, a través de una contextualización conceptual, que incluya a los bienes y servicios culturales y al patrimonio cultural dentro del panorama internacional reciente.

En el segundo capítulo nos dedicamos a explorar los conceptos de industrias culturales y creativas (ICC), así como las distintas clasificaciones que diversos organismos manejan para ellas. Se abordan temas relacionados a estas clasificaciones, que dan una imagen más completa de todo lo que implican las ICC dentro del desarrollo económico, tales como el comercio de bienes y servicios culturales y creativos, el papel de la evolución tecnológica, de la propiedad intelectual y derechos de autor, y cómo se plasma todo esto en las estadísticas culturales. Se busca aterrizar a las industrias culturales y creativas dentro del desarrollo económico.

En el capítulo tres abordamos la viabilidad y puesta en práctica de la cultura para el desarrollo, a través de la intervención gubernamental en su forma de políticas culturales y de manejo de presupuesto. Se observa el rol que juegan la inversión pública y la importancia de las políticas culturales para promover o estancar el rubro cultural en la economía, así como ver de qué manera puede medirse ese impacto a través de indicadores de desempeño y análisis de resultados. También se trata el papel de las ciudades en este contexto en el que se crea la categoría de ciudades creativas, agregando un análisis específico del papel de los museos.

El cuarto y último capítulo se dedica a dar un panorama general del caso mexicano contemporáneo, redondeando las temáticas de los capítulos anteriores. Se parte de cómo la economía y la cultura pueden influir en el desarrollo económico de México, a través del análisis de la situación de los bienes y servicios culturales y de los nuevos cauces de la economía cultural actual. Se dedica un apartado a observar la situación de la medición de la cultura en el país, tanto el marco institucional como respecto a las estadísticas culturales con las que se cuenta.

En el mismo capítulo, para el tema de inversión pública y políticas culturales se retomarán los programas nacionales recientes, a partir del Programa Nacional de Cultura 2007-2012, y hasta la Secretaría de Cultura actual. Para completar el marco se observarán dos tratados que ha firmado el país con potencias en economía cultural.

Por último, se expondrán las conclusiones obtenidas de la investigación. Por encima de todo, se pretende generar interrogantes que lleven a la reflexión y al análisis de nuestra labor como economistas, ¿qué es lo que realmente importa?

Capítulo 1.- Economía y cultura

a) Definición y contextos

La economía y la cultura son dos ámbitos cuya relación se encuentra insuficientemente estudiada. Son muy pocos los economistas que le han dado la debida importancia a su vinculación, y la mayoría lo han hecho en tiempos recientes, por lo cual se le considera un campo relativamente nuevo, pero lleno de futuro.

Existen numerosos enfoques como en todo, para abordar esta relación si la abordamos desde su inter disciplina, pero antes de esclarecer qué significa debemos tomar postura respecto a las múltiples definiciones de *economía* y de *cultura*.

Empezaremos por el término más difícil de definir y que ha sido poco trabajado desde la perspectiva económica: cultura. Es fácil perderse en la complejidad de lo que significa la palabra, empezando por el hecho de que en la actualidad las posiciones más difundidas sostienen que ya no se debe hablar de La Cultura como una categoría universal, sino de *las culturas*, como múltiples formas de aprehender el mundo (Vich, 2014:27).

Para Bourdieu la cultura es una dimensión central en la constitución de jerarquías, pues las clases sociales se forman por los movimientos de un capital simbólico (y una acumulación de capital) que siempre es un agente en la diferenciación del gusto, además de por una mala redistribución económica. Mientras que para Gramsci, la cultura es siempre un espacio de lucha por el significado hegemónico (Vich, 2014: 34).

Para uno de los antropólogos más reconocidos en la actualidad latinoamericana, Néstor García Canclini, la cultura es el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas (Canclini 1989:25). Entonces desde la antropología, la cultura gira en torno, principalmente del capital simbólico. Siguiendo a Víctor Vich, la definición clásica la adscribe a un conjunto de objetos con un valor especial, en la medida en que construyen la identidad de un grupo; pero la cultura es más que una cuestión de objetos, es “el estilo de vida de una comunidad, aquello socialmente aprendido” (Vich, 2014: 17).

¿Cómo relacionar a la cultura con la economía, siendo el primero un término que lo abarca *todo*? ¿Cómo puede ser un factor de desarrollo económico el estilo de vida de una sociedad? En primer lugar, recordemos que “nada es autónomo; todo está articulado. No podemos pensar en la cultura sin la economía y en ésta sin la política y sin los intereses económicos” (Vich, 2014: 37). También recordemos que la sociedad civil está constituida por interacciones con el Estado y el mercado, por lo que la cultura no puede entenderse como una esfera sin relaciones con la política y la economía (Vich, 2014:55).

Ahora pensemos que, para propósitos del presente texto, no pretendemos analizar a la cultura como un *todo*, con las infinitas situaciones en que ésta se entrelaza con la economía, sino que

sólo nos abocaremos a una parte de ella. En lo sucesivo **usaremos el término cultura refiriéndonos al sector cultural de la economía, dentro del cual buscaremos ahondar más sobre las industrias culturales y creativas**, pero sin perder de vista lo que significa la cultura en toda la extensión de la palabra.

Para objetos de nuestro trabajo nos es útil retomar las palabras del *Informe sobre la economía creativa 2013*, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD de la UNESCO:

“La cultura es lo que somos, forma nuestra identidad, es un medio para fomentar el respeto y la tolerancia entre los pueblos, es un modo de crear puestos de trabajo y mejorar la vida de las personas, es una forma de incluir y entender a los demás, ayuda a preservar nuestro patrimonio y le da sentido a nuestro futuro, empodera a las personas y trabaja en pro del desarrollo”.
(Bokova y Clark, 2013)

Este mensaje que pareciera no ser definitorio, es de suma relevancia pues amplifica los ubicuos lares por los que la cultura se mueve y los incide, además de que en ella se hace presente una palabra que nos atañe del todo: desarrollo. El cómo se involucra la cultura en el desarrollo será un análisis esencial para nuestro objeto de estudio.

Por otro lado, tomaremos las definiciones del economista David Throsby para caracterizar de una manera más clara el término dentro del contexto económico.

En su texto *Economía y cultura* (2008) identifica dos sentidos para la palabra cultura, el primero es como “un amplio marco antropológico o sociológico para describir un conjunto de actitudes, creencias, convenciones, costumbres, valores y prácticas comunes o compartidos por cualquier grupo” (Throsby, 2008: 24-25). El segundo sentido es más funcional, aludiendo que la palabra cultura también:

“denota ciertas actividades emprendidas por las personas y los productos de dichas actividades, que se relacionan con los aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana. Cultura en este sentido se refiere a actividades que conducen a la ilustración y la educación de la mente, más que a la adquisición de destrezas puramente técnicas y vocacionales” (Throsby, 2008: 25).

Citando a Williams (1976), Throsby considera esta acepción de un modo más adjetivo que sustantivo, es decir, como se emplea en los siguientes términos: bienes culturales, instituciones culturales, industrias culturales o el sector cultural de la economía. Las actividades a las que se refiere esta definición implican necesariamente alguna forma de creatividad en su producción, hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico y su producto representa alguna forma de propiedad intelectual (Throsby, 2008: 25).

La cultura por sí sola es relevante y primordial al momento de jerarquizar acciones económicas, políticas y sociales en cualquier parte del mundo. Como menciona Paul Tolila: “la cultura de un país es un bien colectivo, así como lo es la seguridad, la salud de sus ciudadanos, su educación y los resultados de sus investigadores, ingenieros y técnicos de cualquier disciplina” (Tolila, 2007:124). Y continúa:

“apoyarla ya no se justifica por su impacto económico sino por su aportación al propio desarrollo económico en las sociedades modernas. Ya no es posible considerarla como un simple rubro de costos; debe pensarse como una inversión indispensable que va desde la educación artística y cultural de los niños hasta el apoyo a la creación artística” (Tolila, 2007:129).

Es necesario que los “hacedores de políticas” estén conscientes de esta importancia, sólo así se le podrá dar la atención requerida y vendrá la reformulación de agendas a nivel local, regional y nacional. Es necesaria una sustantiva acción de toma de decisiones para el desarrollo económico genuino, que tome en cuenta a la cultura como herramienta y como parte de la meta.

Ahora para definir brevemente a la economía, nos remontaremos en primera instancia a su etimología aristotélica: la palabra griega *oikonomos*, que significa la administración del hogar. Aristóteles contrapone la economía a la crematística (el arte de hacerse rico) en la medida en que el arte de adquirir se limita a la obtención de los bienes necesarios para la vida o útiles para la familia o el estado. La verdadera riqueza para Aristóteles, se compone de esos valores de uso, pues la medida de este tipo de propiedad suficiente para una buena vida no es ilimitada. La economía sí tiene un límite, la crematística no lo tiene, pues el objetivo de la segunda es el enriquecimiento absoluto. (Aristóteles en Marx, *El Capital*; Nota al pie, capítulo IV Tomo I Libro Primero; 2013: 186-187). Esta diferenciación toma relevancia para nuestro estudio, sobre todo porque hablando de temas relacionados con arte y cultura es fácil caer en el ámbito de la crematística, confundiéndolo con economía.

Ahora tomaremos la definición del llamado padre de la economía moderna Adam Smith, para quien esta ciencia es “el estudio de la riqueza de una nación, refiriéndose a las cuatro categorías que concibió de la riqueza: producción de la riqueza, el intercambio de la riqueza, la distribución de la riqueza y el consumo de la riqueza” (Smith, 1958:68; citado en Rivera, 2015).

Si bien el autor para nada pretendió relacionar la ciencia económica con la cultura, nosotros podemos interpretar su definición de riqueza de una manera lo suficientemente amplia para que la incluya. No se deben descontextualizar los importantes escritos de Adam Smith, sería imposible creer que en el siglo XVIII se reconocía el valor de la cultura para el desarrollo económico de la misma manera en que se hace hoy en día, pues en primer lugar, la cultura en el sentido que Throsby ejemplifica con bienes culturales, etc. era para uso exclusivo de la burguesía, más acotado aún, de los reyes, así que efectivamente influía de manera nula en la mayoría de la población y por tanto en la economía de la nación.

Por supuesto que existen bienes públicos como las pirámides de Egipto, que se han conservado para el estudio de la civilización egipcia y para el goce estético de las personas desde hace tanto tiempo, que indudablemente forman parte de la cultura y que se pueden traducir en bienestar. Pero estos bienes son difíciles de cuantificar en la economía, y aunque ahora existen métodos como el Método de Valuación Contingente (MVC) que intenta darle un valor monetario al patrimonio relacionado directamente con el valor cultural que le da la sociedad, ésta incursión es muy reciente.

Por lo tanto, no podemos hablar de que hubo una relación directa entre la economía y la cultura que Adam Smith y los autores de su época ignoraran, ya que la cultura en el sentido de la palabra que estamos utilizando, escasamente podía ser relevante para la economía en el siglo XVIII e incluso del XIX.

Tolila explica la situación de la siguiente forma:

“Durante un largo tiempo el sector cultural fue ignorado por la teoría económica dado su carácter atípico con respecto a las leyes fundamentales generadas para regir el modo de producción y de consumo capitalista. Para los padres fundadores de la economía política, Smith y Ricardo, los gastos en las artes sólo abarcaban el esparcimiento y no pueden contribuir a la riqueza de las naciones; por lo tanto, para los economistas no cabría convertirlos en objeto de consumo de energía intelectual. Ricardo afirma con suma claridad que las obras de arte, cuyo valor varía en función de su escasez, son excepciones al principio del valor trabajo aplicable al conjunto de las demás mercancías. Walras y Pareto, posteriormente, seguirán la misma línea de pensamiento” (Tolila, 2007:27).

En este punto vale la pena aclarar que si bien los gastos en arte y cultura, en términos de la economía clásica se catalogan como no funcionales, como simple lujo según el pensamiento clásico desde Ricardo hasta J.B. Say, estos gastos sí cumplían una función específica. No debemos olvidar que la iglesia, a través de mecenazgos, contratava a grandes artistas para convertir su arte en un apoyo principal para su búsqueda por consolidar la fe religiosa. Al mismo tiempo era una forma en que la nobleza justificaba su poder monárquico por derecho divino. Se puede ver con la perspectiva de Lukács, este papel de la lucha liberadora del arte en torno a la vida cotidiana, a la persona privada y a la necesidad religiosa (Lukács, 1966: Tomo 4).

Es decir, no estamos demeritando la utilidad de los gastos en arte y cultura de la época, sino que justo este contexto cultural que incluía reyes, cortes principescas, élites de aristócratas o ricas dinastías burguesas, fue determinante para el tipo de pensamiento que los economistas generaron en esos tiempos. En palabras de Paul Tolila “teorizaron este presente para volverlo teóricamente eterno y a partir de ese momento, la economía misma quedó ciega en lo que respecta a la cultura” (Tolila, 2007:28).

Lo que la ciencia económica nos queda a deber en ese sentido, lo podemos encontrar en el arte desde una vasta variedad de aristas. Como Georg Lukács apunta, el arte (tanto en la época de los monarcas como en cualquier otra) es una autoconsciencia de la evolución de la humanidad donde la continuidad tiene un papel central, pues la imitación es una fuente decisiva del arte (Lukács, 1966 Tomo 2: 295).

Con esto queremos dejar claro que **la ciencia económica está dispuesta en un contexto cultural, por lo que la economía no es independiente de la cultura y viceversa.** “Con la interpretación funcional de la cultura, podemos de nuevo identificar la noción de cultura como economía y la interpretación de la cultura como algo incluido en un medio económico” (Throsby 2008: 35).

A pesar de que diversos economistas respetados, entre ellos John Maynard Keynes, Lionel Robbins, Alan Peacock y Mark Blaug a un lado del Atlántico; John Kenneth Galbraith,

William Baumol, Tibor Scitovsky, Kenneth Boulding y Thorstein Veblen del otro, habían escrito elocuentemente sobre diversas materias que unían la economía, el arte y la cultura, mostrando una apertura a la interdisciplina, ninguno de ellos trató la relación de los temas de manera formal (Throsby (2001:9-10).

En la conferencia *La contribución de la economía al arte*, llevada a cabo en la Facultad de Economía de la UNAM, el Dr. Carlos Ponzio comentó que las posturas han sido muy variadas, por ejemplo, Jeremy Bentham decía que el arte no debería recibir recursos públicos y Galbraith categorizó a la economía del arte como un intento frívolo, mientras que Keynes por el contrario fue un promotor e incluso pertenecía a un grupo a favor de las artes. (Ponzio de León, 2018). De hecho, junto con su esposa, una bailarina de ballet rusa, Keynes acumuló una colección de arte de calidad y era un ávido consumidor de ópera y teatro (Periódico Semana, 1983).

Y entonces ¿cómo llega la economía a la cultura en términos académicos? Justo en el contexto de un intenso reclamo de los profesionales del sector cultural amenazados por restricciones presupuestales, junto con las restricciones de las intervenciones públicas, es que sale a la luz un estudio pionero de los economistas W. Baumol y W. Bowen (1966) titulado *Performing Arts – The Economic Dilemma*.

Es estudio habla sobre el espectáculo en vivo, y es una obra que desde entonces toman como referencia todos los trabajos sobre economía de la cultura. En él los autores reflexionan en torno a un dilema económico: la pérdida progresiva de la productividad de las artes escénicas y del espectáculo en vivo, respecto del resto de sectores económicos. A ello se le conoce como enfermedad de los costos, propio de las artes escénicas, y que llevó a la política de que el Estado debe subsidiar esas actividades, que son el teatro, la ópera y la danza (Reyes, 2013:12). Su importancia también radica en que puso la atención en la condición financiera de las artes, en este caso de Estados Unidos (Heilbrun, 2001: 6). Este primer ejercicio subraya las especificidades del sector y el papel de los poderes públicos, por lo que abrió el camino a los trabajos de economía de la cultura que se multiplicaron en la década de los años 70 (Tolila, 2007:30). Al ser el texto de Baumol y Bowen en el cual surge por primera vez el concepto de industrias creativas, se retomará más a detalle en el siguiente capítulo.

A partir de entonces el ámbito económico ha tomado cada vez más un papel protagónico en la investigación conectiva entre economía y cultura, donde el desarrollo y el crecimiento económico son los ejes transversales del nuevo discurso y de las políticas culturales (Reyes, 2013:13).

En el texto coordinado por Marissa Reyes y Jorge Linares, se enlistan algunos de los eventos y publicaciones que desde hace unas décadas han resaltado la importancia sobre el tema, siendo grandes aportes en el contexto internacional¹.

¹ En 1973 se funda el Journal of Cultural Economics, junto con *The Association of Cultural Economics International*, mientras que en 1970 se organiza *The International Conference of Association for Cultural Economics*. Posteriormente en 1976, Mark Blaug publica *The*

Una corriente que recientemente se ha involucrado en la tarea de relacionar ambos conceptos es la economía política de los bienes comunes o nueva economía institucional, que ha proporcionado las bases de un acercamiento para conciliar los trabajos de los teóricos de las industrias de la cultura y el de los economistas de la información. Ellos definen conocimiento (knowledge) como un recurso colectivo (Hess y Ostrom, 2007) y un bien común no competitivo, no rival o exclusivo” (Moeglin y Tremblay, 2013:80).

Aun con los antecedentes que existen en el campo académico, si comparamos la cantidad de publicaciones relacionadas a este campo con otros, nos daremos cuenta de que en realidad son muy escasos los trabajos que han ayudado a entender y aprovechar los beneficios de la interdisciplina. En todas las ramas de estudio hay un mar de asuntos todavía sin explorar, pero en el caso de la economía cultural, este mar se convierte en océano.² El gran aporte de

Economics of the Arts, y en 1983, William Hendon y James Shanahan editaron *Economics of Cultural Decisions*. En 1992, Ruth Towse, Abdul Khakee y Francois Abbé-Decarowx contribuyen con *Cultural Economics*. En 1996 Francois Benhamou publica *Economía de la Cultura*. En el año 2000, Bruno Frey aporta con la obra *Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy*; mientras que Ricard Caves saca a la luz *Creative Industries; Contracts between art and commerce*. En 2001 el economista David Throsby nos ofrece el libro *Economía y Cultura*, editado por la Universidad de Cambridge, misma que publica también *The Economics of Art and Culture* de James Heilbrun y Charles Gray; en este último texto también se desglosa brevemente una recopilación de publicaciones que demuestran la creciente importancia mundial respecto al tema a partir de la década de los años 60.

Para el 2006 se publicó el primer *Handbook of the Economics of Art and Culture*; y en 2010 Ruth Towse publica *A Textbook of Cultural Economics* (Reyes, 2013:14-15). También destaca el trabajo de Paul Tolila, quien fuera Ministro de Cultura en Francia, y quien en 2007 publicó *Cultura y Economía*.

En el marco del Mercosur, en Latinoamérica se dieron a conocer aportaciones a la materia a partir de los años ochenta, destacan los trabajos del argentino Octavio Getino, quien realizó la primera investigación sobre el Mercosur y la incidencia de las industrias culturales en la economía, el empleo y la integración regional (Reyes, 2013:15-16). Dicho autor resaltó la importancia de un mejor conocimiento de las industrias culturales por su carácter estratégico en los procesos de desarrollo social, así como en los intercambios interculturales y en los proyectos de integración regional (Getino, 2006 en Reyes, 2013:16) En este contexto se crea el Observatorio de Industrias Culturales (hoy denominado de Industrias Creativas), dirigido por él mismo de 2004 a 2007, año en que se publica *Economía de la cultura*, obra coordinada por Héctor Schargorodsky y Carlos M. M. Elia (Reyes, 2013:17). Para el caso mexicano ha destacado el papel de Ernesto Piedras, economista que se ha dedicado a estudiar el valor de la cultura en el país, destacando su texto *¿Cuánto vale la Cultura? Contribución económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*, publicado en 2004.

² Como ejemplo se puede observar el sistema de clasificación del Journal of Economic Literature (JEL), que se encuentra dividido en 20 categorías, de la letra A a la Z, cada una

todos los esfuerzos académicos realizados sobre el tema desde los años 60, ha sido que han logrado ponerlo en las agendas internacionales, han logrado que sea un tema de debate no sólo a nivel académico, sino a nivel de políticas públicas.

La reflexión económica preocupada por el sector cultural y su muy reciente comienzo, puede estar directamente relacionada con el hecho de que exista la confusión en los debates relacionados, escasez de economistas que estudien el tema, falta de datos y de interpretaciones confiables en la mayoría de los países. La economía del sector cultural se puede entender como ese nicho interdisciplinario desde el cual se ofrecen los resultados de estudios económicos, junto con la capacidad de producir síntesis útiles y comparaciones confiables, a propósito de esta materia. Sin embargo, paradójicamente se caracteriza por una gran dispersión, escasez y ausencia de datos, así como por la dificultad de unir los niveles de la microeconomía con los de la macroeconomía (Tolila, 2007:27).

Una afirmación relevante para dimensionar las diferencias entre los términos que son objeto de estudio del presente capítulo es que “el impulso económico es individualista, el impulso cultural es colectivo”. (Throsby 2008: 38). Pese a esta aparente contradicción, a la manera convencional, una economía se forma entonces de todos estos impulsos económicos individualistas, que juntos están situados en un contexto cultural compartido. Un artista puede tomar la decisión individual de exponer su colección en cierto espacio con el objetivo de obtener ganancias, lo cual sería un impulso económico individualista, mientras que la sociedad decidirá en un impulso cultural colectivo, pagar o no por visitar la exposición.

“En un sentido fundamental, el concepto de valor es el origen y la motivación de todo el comportamiento económico. Al mismo tiempo, desde una perspectiva muy diferente, las ideas de valor impregnan la esfera de la cultura. En el terreno económico, el valor está relacionado con la utilidad, el precio y la importancia que los individuos o los mercados asignan a las mercancías. En el caso de la cultura, el valor subsiste en ciertas propiedades de los fenómenos culturales y puede expresarse en términos específicos como el valor tonal de una nota musical o de un color en una pintura, o en términos generales, como indicación del mérito o importancia de una obra, un objeto, una experiencia o cualquier otro elemento cultural” (Throsby 2008: 43).

El valor tanto para la economía como para la cultura, es una expresión de riqueza, por lo cual se puede ocupar al valor como un punto de partida para vincular los dos campos, utilizarla como piedra angular (Throsby 2008: 44). Ya se hablaba de Adam Smith, para quien la riqueza de las naciones era el todo económico; pues bien, para fines del presente trabajo dicha riqueza no se acota a lo monetario, sino también a lo cultural. Además, la economía puede alterar

con subcategorías de dos dígitos y sub-subcategorías de tres dígitos, donde la letra Z engloba “otros temas especiales”. Es ahí donde entra la Economía de la Cultura, que está en la categoría Z1 (Reyes, 2013:13). Así podemos afirmar que no ha sido un tema primordial en el ámbito académico de la economía a nivel internacional, ya sea por ser relativamente nuevo o por la falta de interés de la mayoría de los economistas.

directamente la producción de valor cultural con, por ejemplo, la restricción del ingreso. (Throsby, 2008:141).

Dado que la importancia del vínculo economía-cultura no tiene sólo que ver con el valor, Tolila ofrece tres niveles de implicación entre lo uno y lo otro. El primero es como sector económico integral, donde entra el financiamiento, ventas patrimoniales, empleos, etc. El segundo como sector con impactos diversificados en otros sectores, aquí se refiere al turismo, construcción, diseño industrial, etc. Y tercero, como sector participante en la educación y en la investigación, en la capacitación para la adquisición de las habilidades necesarias para las nuevas economías del conocimiento (Tolila, 2007:141).

Si bien estos enfoques son benéficos para el desarrollo cultural, todo conlleva dificultades al momento de querer hacer observaciones económicas en el campo de la cultura, mismas que a la fecha siguen sin ser comprendidas. A pesar de muchos avances académicos e institucionales, todavía queda mucho por hacer para dotar al sector cultural con herramientas de observación que permitan la acumulación de conocimientos, la elaboración de informaciones útiles y la construcción de indicadores (Tolila, 2007:142-145). Es quizá un proceso interminable, que se irá perfeccionando con el tiempo, a la vez que necesitará recursos y atención por parte de todos los actores sociales.

También es importante recordar que sin importar cómo valoremos al arte y la cultura, por el simple hecho de ser producidos por individuos e instituciones que trabajan dentro de la economía general, no pueden escapar de las limitaciones presupuestales del mundo material (Heilbrun, 2001:3). Independientemente de cómo llamemos y acotemos al campo de estudio, (Heilbrun se enfoca más en el arte y la economía, por ejemplo) el interés va más allá, pues, aunque quizá no se estudie porque el arte y la cultura tengan una gran relevancia económica, se estudia tan sólo porque la relación es vital para la *cultura* de los países y por lo tanto para la imagen que proyectan hacia afuera.

b) La cultura en el Desarrollo Económico

“Development is indeed a momentous engagement with freedom’s possibilities” (Amartya Sen, 1999:298).

Partamos de nuestra definición de desarrollo como el **proceso integral a través del cual un Estado genera, mantiene e impulsa un crecimiento económico estable, al mismo tiempo que a los indicadores sociales como la educación y la salud, por medio de un enfoque sostenible que tome en cuenta al equilibrio medioambiental, procurando en última instancia el bienestar general.** Esta definición deja fuera, explícitamente a la cultura, pero implícitamente la incluye en su totalidad.

Relacionar a la cultura con el desarrollo, provee de una visión económica, lo que ha sido posible gracias a una muy reciente visión desarrollista de la economía que comenzó con Amartya Sen. Esto se plasmó por primera vez en el Informe de Desarrollo Humano del

PNUD, en 1990, donde se indica que es necesaria la adquisición de capacidades y oportunidades para ejercer los derechos en libertad.

En la Agenda 21 para la Cultura acordada en 2004, ciudades y gobiernos locales unidos, pidieron la adición de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible, lo cual se hizo oficial a través de un documento en 2010. Al respecto, el economista Keith Nurse dijo que no solo debería ser el cuarto pilar, sino el pilar central alrededor del cual se levantarían los otros tres: el económico, el social y el medioambiental (Nurse, K. 2006 en PNUD, 2013:51).

Los otros tres pilares o dimensiones sobre los que se fundamentó este modelo de desarrollo, desde la década de los años 80, fueron crecimiento económico, inclusión social y equilibrio medioambiental. Todo alrededor de reconocer al desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades” (Culture 21, 2010).

Esta Agenda 21, que estuvo a cargo de The Global Network of Cities Local and Regional Governments (UCLG), hace un llamado a las ciudades, y los gobiernos locales y regionales de todo el mundo para desarrollar los sectores culturales propios y una política cultural de gran profundidad. Más aún, para incluir la dimensión cultural en todas las políticas públicas, particularmente en aquellas relacionadas con educación, economía, ciencia, comunicación, medio ambiente, cohesión social y cooperación internacional (Culture 21, 2010).

El documento no considera a la cultura como el cuarto pilar en una jerarquía, sino que más bien promueve que la cultura se convierta en un pilar o dimensión específica del desarrollo sostenible, totalmente interconectado con los otros tres, y tan importante como cada uno de ellos. La cultura se transforma así en un medio, un recurso o incluso la finalidad última del desarrollo, luego de que, tiempo atrás y dependiendo del enfoque, podía llegar a ser vista como una barrera.

En perspectiva, la influencia directa que tiene la cultura en algo tan complejo como el desarrollo económico ha pasado desapercibida, como ya hemos mencionado, por la mayoría de los economistas. Si bien es fácil relacionar los conceptos en un discurso positivo, otros temas (por ejemplo, la erradicación de la pobreza y la disminución de la desigualdad) han tenido la prioridad en las agendas internacionales.

Se puede pensar que una vez alcanzado el desarrollo económico, el panorama se tornará en la armónica funcionalidad de un todo, donde claramente se incluye a la cultura. Es decir, la riqueza de bienes y servicios culturales de acceso universal será un fin, mas verlo como un medio es algo que puede ser (y ha sido) difícil de visualizar. Hablar de desarrollo nos remitirá en la mayoría de los casos al progreso, lo cual está ligado a un nivel de vida digno y, por consiguiente, a una cultura amplia. Aquí nos enfrentamos de nuevo al dilema definitorio de lo que entendemos por cultura; sin embargo, se puede entender que el término incluye por supuesto el acceso a actividades culturales, y no sólo habla de la riqueza cultural que puede o no tener determinada sociedad.

Dentro de la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) proclamados por...a pesar de que la cultura no figura explícitamente en ninguno de los 17 objetivos, ha quedado claro que ésta forma un eje transversal a través del cual se deben guiar todos ellos.

Lo que es más importante es que estamos analizando al desarrollo económico desde una perspectiva diferente, lo cual puede llegar a ser una mejor vía para alcanzarlo. “La cultura ayuda a ampliar los términos del debate actual sobre desarrollo al aportar un enfoque centrado en el ser humano; un enfoque que produce resultados equitativos, inclusivos y sostenibles” (PNUD, 2013:17).

Si se continúa con la inercia que se tiene en las agendas políticas respecto a lograr el desarrollo económico no se obtendrán los resultados ideales, por lo que es necesario un cambio sustancial. La ONU ha dejado clara su posición al respecto:

“Continuar con las políticas de desarrollo actuales agravará la desigualdad, las tensiones sociales y las presiones sobre el medio ambiente y los recursos naturales...También es crítico promover un cambio equitativo que asegure la habilidad de las personas para escoger sus sistemas de valores en paz, ya que esto abre el paso a la participación completa y a la atribución del poder....Por lo tanto, urge encontrar opciones de desarrollo nuevas que fomenten la innovación y la creatividad para poder lograr un crecimiento y un desarrollo incluyente, equitativo y sostenible” (Agenda de Desarrollo de las Naciones Unidas, 2012; citado en PNUD, 2013: 154).

El desarrollo económico es un camino ideal durante el avance histórico de las naciones. Existen múltiples definiciones del concepto, pero todas coinciden en que requiere del buen comportamiento de indicadores económicos como el Producto Interno Bruto per cápita e indicadores sociales que miden la calidad de vida de las personas.

Mencionaremos, sólo para contextualizar, tres grandes teorías que se distinguen del desarrollo económico. La clásica, relacionada con el crecimiento económico sin progreso técnico, donde se distinguen tres factores de producción: tierra, trabajo y capital, siendo la acumulación o formación de capital lo que llevaría al crecimiento. La teoría neoclásica, que también dejó de lado el progreso técnico y se interesó por la contribución de la tierra, trabajo y capital a la producción y distribución del ingreso proveniente de la producción en salarios, utilidades y rentas. Y por último la teoría marxista basada en la doctrina hegeliana de que el desarrollo se produce por tesis, antítesis y síntesis, donde la tesis y antítesis fueron el feudalismo y el capitalismo, mientras que la síntesis sería el socialismo (Hagen, 1984). No es objeto del presente texto ahondar en las teorías existentes, sino en la influencia de la economía cultural en el desarrollo económico.

En ese sentido, el término ha cambiado de enfoque con el paso de los años. Fue hasta la década de los años 90 que se dio prioridad al desarrollo humano, cuando la Estrategia Internacional de Desarrollo de las Naciones Unidas lo adoptó como objetivo clave, y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) instituyó su Informe sobre Desarrollo Humano.

A partir de un enfoque basado en el Premio Nobel de Economía, Amartya Sen, se considera que el objetivo del desarrollo humano es aumentar las capacidades de las personas para llevar el tipo de vida que deseen. “Amartya Sen sostuvo que, aunque el aumento del producto per cápita puede ampliar dichas capacidades, el interés supremo del desarrollo no debería ser el producto como tal” (Amartya Sen, 1990; citado en Throsby 2008: 101).

Es útil ver al desarrollo como una situación compleja que engloba diferentes características interrelacionadas en menor o mayor medida, y que depende del buen funcionamiento de cada una de ellas.

“El término desarrollo...incluye una mejora en el bienestar material, medido en el aumento del PIB per cápita y los ingresos disponibles, pero también cambios en una serie de indicadores sociales, como los niveles nutricionales de la población, la situación sanitaria, los niveles de alfabetización, la participación educativa, los criterios de provisión de servicios públicos o de bienestar, y una serie de características inmateriales que caen bajo el encabezado de “calidad de vida”, incluidos indicadores medioambientales como la calidad del aire y del agua”. (Throsby, 2008: 100)

La cultura ha sido la gran ausente en las agendas de desarrollo de la mayoría de los países, más aún en los llamados periféricos, pues ahí la prioridad se encuentra en resolver problemas como lo son la disminución de la pobreza, la erradicación del hambre, la corrupción y la delincuencia. Esos temas son indudablemente importantes y no deben postergarse, pero la cultura debería incluirse como acción coadyuvante para lograr los objetivos prioritarios.

La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (WCCD) establecida en 1995 por la ONU y la Unesco ha dejado claro que los conceptos de cultura y desarrollo están indisolublemente ligados en cualquier sociedad (Throsby 2008: 34). Así mismo, el Banco Mundial ha reconocido la importancia de incluir a la cultura en las herramientas para lograr el desarrollo básico.

“El Banco Mundial ha especificado que la cultura puede contribuir directamente a sus objetivos de desarrollo básicos, pues considera que la cultura en un contexto de desarrollo ayuda a: proporcionar nuevas oportunidades para que las comunidades pobres generen ingresos a partir de su propio conocimiento y producción cultural de manera que salgan de la pobreza, canalizar el desarrollo a escala local, conservar y generar ingresos a partir de los activos culturales existentes, fortalecer el capital social y diversificar las estrategias del desarrollo humano y aumentar la capacidad de establecer sociedades dinámicas basadas en el conocimiento” (Banco Mundial, 1999:15; citado en Throsby, 2008: 106-107).

La Organización de las Naciones Unidas ha jugado un papel clave en el impulso del desarrollo integral de los países, quizá el esfuerzo más notable ha sido el intento porque las naciones se propongan objetivos hacia un Desarrollo Sostenible. Entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU, cuyo lapso para lograrlos comenzó en el año 2000 y terminó en 2015, el número 8 era *Fomentar una alianza mundial para el desarrollo*.

Ahora está puesta en marcha una Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, donde se intentarán lograr 17 objetivos hacia el año 2030. Los objetivos son: *Fin de la Pobreza, Hambre Cero, Salud y Bienestar, Educación de Calidad, Igualdad de Género, Agua Limpia*

y Saneamiento, Energía Asequible y No Contaminante, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Industria, Innovación e Infraestructura, Reducción de las Desigualdades, Ciudades y Comunidades Sostenibles, Producción y Consumo Responsables, Acción por el Clima, Vida Submarina, Vida de Ecosistemas Terrestres, Paz Justicia e Instituciones Sólidas y por último Alianzas para Lograr los Objetivos (ONU, 2018).

Es claro que la lista versa los problemas de la humanidad en la mayor generalidad y como si fueran sencillos de resolver, dejando a criterio de cada país las acciones que realizarán o no para lograr esos objetivos. Sabemos que no es tan fácil, pero el intento sigue siendo importante.

Si bien el apoyo a la cultura no es un objetivo directo, la ONU reconoce en múltiples trabajos de la UNESCO y el PNUD que es un sector relevante para la economía y que funciona como un “motor de desarrollo” (PNUD, 2008 y 2013). Además, la cultura, desde su definición antropológica, sería el contexto en el que se sitúan los 17 objetivos, mientras que, vista como sector económico, también estaría presente en varios de ellos:

“Situación la cultura en el núcleo del desarrollo constituye una inversión esencial en el porvenir del mundo y la condición del éxito de una globalización bien entendida que tome en consideración los principios de la diversidad cultural: la UNESCO tiene por misión recordar este reto capital a las naciones.

Como mostró el fracaso de los proyectos implementados desde los años 70, desarrollo no es sinónimo de crecimiento económico (de hecho, el crecimiento no es sinónimo de desarrollo). Hay un medio de acceder a una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria: el desarrollo como tal es inseparable de la cultura” (UNESCO, 2017).

A pesar de los esfuerzos por este tipo de instituciones internacionales para que se incluya en la agenda el tema de la cultura, los casos son muy heterogéneos. Las políticas dirigidas exclusivamente al crecimiento económico carecen de la visión integral para aunar la prosperidad con el contexto cultural y así potencializar y socializar los beneficios, pues “no sólo de pan vive el hombre” y existen muchas maneras de invertir.

“Las estrategias para aliviar la pobreza en el tercer mundo y promover el avance económico deberán tomar en cuenta los procesos de cambio cultural que pueden ser indispensables para su éxito o su fracaso. Sin embargo, en el análisis del progreso económico en el mundo industrializado apenas se reconoce que la cultura influya sobre el rendimiento económico o lo condicione.

El crecimiento económico, medido en función del aumento de los niveles de vida per cápita, sigue siendo el objetivo básico de la política económica de todos los países industrializados, pero el proceso de crecimiento tal y como se establece en el análisis económico contemporáneo ha sido interpretado exclusivamente siguiendo variables económicas. Esto puede deberse en parte a la suposición de que dichas variables pueden captar cualquier influencia cultural significativa para el crecimiento económico, sin necesidad de una mayor explicación sobre cuáles son esas influencias.” (Throsby, 2008: 93-94)

Según Throsby “la cultura influye en tres ámbitos del rendimiento económico: en la eficacia, en la equidad y en los objetivos económicos y sociales” (Throsby, 2008: 96). La UNESCO ha demostrado que cuando el sector creativo pasa a formar parte de una estrategia global de

crecimiento y desarrollo, puede contribuir a la revitalización de la economía nacional. Invertir en cultura y en el sector creativo visto como motor de desarrollo social puede contribuir al bienestar de comunidades enteras (PNUD, 2013:10).

La influencia económica de la inversión en el sector cultural, expandirá los límites a diversos ámbitos, en términos de beneficios. Sin embargo, no todos ellos serán fácilmente cuantificables. En el PNUD se expone que “los beneficios no monetizados de la cultura también impulsan el desarrollo y pueden llevar a un cambio transformativo reforzando el capital social de una comunidad y fomentando la confianza en instituciones públicas” (PNUD, 2013:17).

Como ya se dejó ver, la base del razonamiento a partir del cual podemos afirmar que la cultura puede ser un motor de desarrollo se encuentra en las alternativas que se generarán a partir de esta relación. “Invertir en identidad, innovación y creatividad, ayuda a construir nuevos cauces de desarrollo para los individuos, las comunidades locales y los países” (PNUD, 2013:10).

El crecimiento económico de los países sigue siendo un pilar del desarrollo, y en la actualidad el sector relacionado a la cultura es de los más significantes para lograr un crecimiento integral. Así lo han demostrado los expertos del PNUD en los Informes de Economía Creativa 2008 y 2010, proporcionando pruebas concluyentes que demuestran cómo “la vanguardia del crecimiento e innovación en la economía contemporánea está formada por sectores, tales como la industria de alta tecnología, la fabricación neo-artesanal, los servicios financieros y empresariales, las industrias de productos culturales (incluyendo los medios de comunicación) y demás” (PNUD, 2013:16).

En términos de inmersión y avance hacia el entendimiento de la cultura como herramienta para el desarrollo, según el PNUD, todos los países se pueden categorizar como sigue:

- Aquellos que han empezado a establecer una política de economía creativa coherente y en sintonía con el pensamiento de desarrollo humano.
- Aquellos que han adoptado una agenda de industria creativa esencialmente económica y que está, por tanto, impulsada por el consumo.
- Los que han identificado a la economía creativa como una opción de desarrollo factible, pero cuyos marcos políticos están limitados y/o impulsados a nivel sectorial.
- Países que son conscientes del paradigma de las industrias creativas, pero han escogido no adoptarla dada la naturaleza de sus sectores culturales.
- Países en los que la economía creativa aún no ha sido reconocida como tal (PNUD, 2013:54).

El papel de la cultura en el desarrollo va más allá de los beneficios cuantificables, como insistimos en que se puede desempeñar como motor y facilitador de un desarrollo inclusivo y sostenible, resulta esencial reconocer sus beneficios intrínsecos a la hora de nutrir a la creatividad y su papel en el aumento de la seguridad y el orgullo de una comunidad en un sentido positivo. Así como los considerables beneficios económicos que pueden proceder de

sectores culturales dinámicos en la forma de trabajos y crecimiento sostenible, todo lo cual repercutirá en el bienestar social (PNUD, 2013: 155).

El PNUD propone 10 recomendaciones clave para forjar nuevos cauces culturales para el desarrollo:

- 1.- Tener presente que, además de beneficios económicos, la economía creativa genera un valor no monetario que contribuye notablemente a la consecución de un desarrollo sostenible inclusivo y centrado en las personas.
- 2.- Hacer de la cultura un motor y facilitador de los procesos de desarrollo económico, social y medioambiental.
- 3.- Revelar oportunidades identificando los activos de la economía creativa a nivel local.
- 4.- Mejorar el acervo de información emprendiendo una recopilación de datos rigurosa como inversión preliminar esencial para la adopción de políticas coherentes de desarrollo de la economía creativa.
- 5.- Investigar las conexiones entre los sectores formal e informal para la elaboración de políticas fundamentadas de desarrollo de la economía creativa.
- 6.- Analizar los factores de éxito cruciales que contribuyen a abrir nuevos cauces para el desarrollo de la economía creativa local.
- 7.- Invertir en el desarrollo sostenible de las empresas creativas a lo largo de la cadena de valor.
- 8.- Invertir en el aumento de capacidades a nivel local para potenciar a los creadores y empresarios culturales, a los funcionarios de la administración y a las empresas del sector privado.
- 9.- Participar en la cooperación Sur-Sur para facilitar un provechoso aprendizaje mutuo y fundamentar las agendas internacionales para el desarrollo.
- 10.- Posicionar la cultura en los programas de desarrollo económico y social locales, incluso frente a prioridades concurrentes (PNUD, 2013: 156-159).

Tales recomendaciones se pueden aplicar para el caso de México, aunque por supuesto requieren de un análisis detallado de las políticas culturales vigentes, presupuesto e infraestructura cultural. Más adelante nos abocaremos al desglose de oportunidades, priorizado en términos de viabilidad económica, política y social.

Como se menciona en la Agenda 21, el mundo no se halla exclusivamente ante desafíos de naturaleza económica, social o medioambiental. La creatividad, el conocimiento, la diversidad y la belleza son presupuestos imprescindibles para el diálogo por la paz y el progreso, pues están intrínsecamente relacionados con el desarrollo humano y la libertad (Agenda 21, 2010).

En palabras de Christiaan De Beukelaer, quien ganara en 2012 el premio Cultural Policy Research Award, “el papel no monetizado que desempeña la expresión cultural en el desarrollo es multifacético y sirve para mejorar el bienestar y la autoestima individual y colectiva”, además de:

“aumentar el capital social, crear vínculos, apoyar dinámicas de diversidad y pluralismo, empoderar a la gente para gestionar la modernidad, y participar en formas comerciales y no comerciales de la economía. Esta energía es renovable y no sólo impulsa el desarrollo, sino que es repuesta y amplificada por la mejora de vidas, familias y comunidades” (De Beukelaer, 2012; citado en PNUD, 2013:42).

Realmente se puede hacer mucho (y hay mucho que-hacer) de manera creativa, para promover las industrias culturales y creativas como motores de desarrollo humano sostenible (PNUD, 2013:32).

c) Bienes y Servicios Culturales

La ciencia económica analiza la producción, circulación, distribución y consumo de bienes y servicios y la forma en que estas etapas se conectan. Como es lógico, en la historia económica, éstas relaciones se han ido transformando para adaptarse al modo de producción imperante en la época. El análisis de los bienes y servicios culturales también es muy reciente, y aunque puede existir la discusión sobre cuándo surge su producción, nos enfocaremos en el periodo a partir de que estos se hicieron masivos.

A todo lo largo del siglo XX se formaron las prácticas y consumos culturales masivos, modelo ahora dominante, relacionado con la rápida evolución de la industrialización de los bienes culturales. Estos consumos masivos también abarcan los sectores tradicionales de la economía cultural, como patrimonios, museos, espectáculos, etc. Ese desarrollo de los museos a nivel mundial prueba el gran interés surgido por el patrimonio en general (Tolila, 2007:89-90)

De hecho, ha evolucionado el interés global de los gobiernos por el sector cultural como fenómeno de masas tanto sociológico como económico, visible en las políticas públicas, instancias especializadas, asignación de recursos dedicados y en la aparición de instituciones financiadas por fondos públicos y diversificación de profesionales en el medio cultural.

Podemos afirmar que lo que todos los bienes y servicios culturales tienen en común es que contienen un elemento creativo o artístico. Su variedad es tan amplia que pueden ser desde un libro hasta la visita a un museo (Towse, 2003:2 Traducción propia).

En el capítulo 5 del *Handbook of the Economics of Art & Culture*, Roger McCain habla sobre los bienes culturales y artísticos (términos usados de la misma forma en que nosotros usamos bienes culturales y creativos), de manera relacionada a los hábitos de la demanda. Menciona que el conocimiento y habilidades necesarios para el ámbito específico del consumo creativo de arte son conocidos como “gusto” y no es algo con lo que se nazca, sino que se adquiere. No se puede ser un consumidor productivo de trabajo creativo sin al menos poseer algún

conocimiento sobre los roles generativos que lo crearon y determinaron su evaluación; ese conocimiento es ganado en parte por la misma experiencia de consumir el producto artístico (McCain, 2006:161-162).

Ahora para categorizar económicamente a los bienes y servicios culturales podemos decir que la mayoría son bienes mixtos, es decir, con características de públicos y privados. En el consumo individual de bienes culturales privados, la oferta y demanda determinan un precio como en cualquier mercancía, mientras que en el consumo colectivo de bienes culturales públicos el intento por dar un valor económico es un poco más complicado:

“Los métodos de valuación contingente (MVC) intentan asignar un valor económico a los factores externos o al bien común al evaluar cuál sería la función de demanda si ésta pudiera expresarse mediante canales de mercado normales. Dichos cálculos pueden sumar consumidores hasta alcanzar un precio de demanda total comparable con los costos de proporcionar diversos niveles del bien para determinar si la oferta está o no garantizada, y si es así, en qué medida” (Throsby 2008: 51).

Es claro que en ambos ámbitos se utiliza el valor, pero hay una diferencia importante en el origen del valor en la esfera cultural. Los términos para representar el valor en términos culturales deben surgir del discurso cultural, no de la utilidad y del precio (como en la esfera económica). Esto se ejemplifica en una obra de arte: tiene valor estético, valor espiritual, valor social, valor histórico, valor simbólico y valor de autenticidad (Throsby 2008: 56- 57).

En el momento en que los bienes culturales se comportan como mercancías, no están excluidos de poseer un carácter *misterioso*, por el simple hecho de ser mercancías, pues proyectan ante los hombres el carácter social de su trabajo, como si fuera un carácter material de los productos de su trabajo, como si los bienes tuvieran un don natural social. Como si la relación social que existe entre productores y el trabajo colectivo de la sociedad fuera establecida entre los mismos bienes (objetos materiales). Es a lo que Marx llama el carácter fetichista de las mercancías: la apariencia material de las condiciones sociales del trabajo. Las relaciones sociales entre trabajos privados son a fin de cuentas relaciones materiales entre personas y relaciones sociales entre cosas (Marx, 1999: 37-46).

Lo que no aplica para este particular tipo de bienes, es la manera en que se asigna su valor de cambio, pues el tiempo de trabajo socialmente necesario para producir una obra de arte, o cualquier producto con contenido cultural, difícilmente estará relacionado con su valor en el mercado, como simple mercancía.

Volviendo al análisis de las características particulares de los bienes y servicios culturales, expondremos el caso de los museos para ejemplificar. Un museo de arte se puede analizar desde la perspectiva de un bien privado y de un bien público, por lo que es un bien mixto. Como un bien privado se determina el precio de las entradas, a partir de múltiples factores que pueden alterar el libre funcionamiento del mercado como la intervención gubernamental; además puede recibir ingresos adicionales con la venta de mercancías en una tienda propia.

Como bien público tiene externalidades positivas que benefician a la población no tan sólo con proveer la posibilidad de asistir, sino con otros factores como:

- *“La contribución que el museo hace al debate público sobre el arte, la cultura y la sociedad.*
- *El papel que desempeña en la definición de la identidad cultural en términos específicos o de forma general, en su representación de la condición humana.*
- *El estímulo que proporciona a la producción de obra por parte de los artistas, tanto profesionales como aficionados.*
- *El valor que tiene para los individuos la opción de visitar el museo nuevamente y que podría desear ejercer en algún momento futuro, bien por iniciativa propia o por iniciativa de otros;*
- *La sensación que las personas experimentan de que el museo y sus contenidos tienen un valor como legado para las futuras generaciones;*
- *Los grandes beneficios comunitarios de los servicios educativos, formales e informales, proporcionados por el museo,*
- *La conexión con otras culturas que el museo proporciona tanto para los ciudadanos de su propia jurisdicción que miran hacia afuera como para los que vienen del exterior y desean aprender más sobre la cultura que están visitando y,*
- *El beneficio que las personas obtienen de la mera existencia de una institución como un museo de arte, es decir, la satisfacción de saber que está ahí como un elemento del paisaje cultural, independientemente de que el individuo que disfruta de dicho beneficio visite realmente en museo o no” (Throsby 2008: 67).*

El comercio mundial de bienes y servicios creativos ha crecido a tasas altas en los últimos años. Aún se tiene que especificar qué es lo que incluimos cuando hablamos de bienes y servicios creativos y culturales, cuál es la clasificación que estamos siguiendo, pero es indudable la importancia económica sobre todo para países en vías de desarrollo como México. Según el Informe del PNUD 2013:

“La cultura es un motor cada vez más potente para el desarrollo. Las cifras publicadas por la UNCTAD en mayo de 2013 indican que el comercio mundial de bienes y servicios creativos ascendió a un total de 624 mil millones de dólares estadounidenses en 2011 y que aumentó más del doble entre 2002 y 2011, la tasa media de crecimiento anual durante este periodo fue de 8.8% El crecimiento de exportaciones de bienes creativos en países en desarrollo fue incluso mayor, con un promedio anual de 12.1% durante el mismo periodo” (PNUD, 2013:10).

Sin embargo, los bienes culturales y artísticos quedan exentos en cierta forma del modelo de mercancías, pues la calidad artística que constituye su definición, responde a una apreciación subjetiva y no a una medida universal que puede constituir un consenso.

Según Paul Tolila una de las características que los diferencian de las demás mercancías es que su compra y su consumo no destruyen ninguna de sus propiedades y no hacen desaparecer la posibilidad de un consumo más alto o posterior. Esto aplica tanto para los bienes culturales que ofrecen las políticas públicas al consumo ciudadano, como los museos nacionales, monumentos, patrimoniales, espectáculos en vivo y similares, como para los producidos por las industrias culturales de todo tipo, como música, cine, libros, juegos de video, productos multimedia, etc. La mayoría de ellos se conducen casi totalmente como bienes no exclusivos y no rivales en el consumo, esto se observa claramente en casos como un monumento histórico o un espectáculo en la calle (Tolila, 2007:33-34).

Sin embargo, hay que observar que esto no es una generalidad, pues tan sólo el hecho de que por ejemplo, una sala de conciertos tenga determinados lugares, o que un libro tenga un tiraje acotado, hace que su consumo sí pueda limitar un consumo más alto o posterior. Más recientemente hemos visto que incluso las obras de arte mismas pueden destruir sus propiedades al ser consumidos, como el caso de una obra de Bansky (BBC, 2018).

Con esto sólo queremos invitar a ser precavidos a la hora de pensar a los bienes y servicios culturales como universales o de acceso masivo, pues existen restricciones de diversas índoles. Aun así, es indiscutible que su comportamiento en el mercado es de una naturaleza diferente a la de los demás bienes y servicios, por lo que deben hacer especificaciones al intentar analizarlos con los mismos parámetros.

Para que los productos de la creación se puedan convertir en fuente de valor económico, necesitan de reconocimiento legal que los proteja, básicamente uno acoplado a sus necesidades específicas por su carácter de intangibles, difíciles de aprehender sujetos al riesgo del pirateo, entre otras características. Este marco legal, comentan Moeglin y Tremblay, no puede ser exactamente el mismo acordado a las industrias culturales (Moeglin y Tremblay, 2013:79).

Los bienes y servicios culturales llegan a ser también caracterizados por la existencia de una desconexión relativa entre los costos de producción y sus precios de venta, por su escasez (mercado del arte), por la existencia de subsidios públicos (espectáculo en vivo) o por su necesidad de diversificación en varios soportes (película, música).

En la economía del sector cultural predomina una lógica de oferta, caracterizada por la intervención estatal en forma de políticas públicas materializadas en inversiones, apoyo e incentivos para las prácticas culturales. En este caso el punto de partida de la relación económica es el creador, es decir el productor (Tolila, 2007:36-37).

El retorno de la inversión en la mayoría de los casos, no dependerá totalmente de la calidad del bien o servicio cultural, sino del apoyo de otros ámbitos como la mercadotecnia, publicidad y la visión de negocios. Una industria cultural privada, priorizará la diversificación de riesgos haciendo uso de infinidad de vías para obtención de recursos. Por ejemplo, una puesta en escena con un costo de producción muy alto, no sólo recibirá ingresos por taquilla, sino que venderá mercancía (no considerada obra de arte, como la puesta en escena misma) haciendo uso del producto cultural como una marca. Por lo tanto, la variedad y utilidad de estas vías será determinada por la atención que se ponga a las industrias complementarias.

Sin embargo, la característica principal del sector cultural es la originalidad, que se define con base a criterios como la autenticidad (proviene del trabajo de artistas), la unicidad (un objeto debe ser único o por lo menos escaso), la novedad (innovación real, donde la historia del arte es crucial) y el contexto de incertidumbre (respecto a la calidad). La producción cultural busca promover y amplificar la singularidad, así que el estilo y la firma son esenciales (Tolila, 2007:36).

En el modo de producción actual, la investigación, el desarrollo y la innovación son indispensables para el desarrollo de las economías modernas. Tolila explica que los países desarrollados han fundado su competitividad en la innovación, lo que integra a la cultura y sus actividades como uno de los factores esenciales para la formación de fuerzas productivas adaptadas a la economía actual, y así impulsa su valor simbólico (Tolila, 2007:89-90). Se comienza a hablar de este nuevo factor determinante, en un entorno titulado como economía del conocimiento.

En nuestros días se forma un ciclo del conocimiento (producción, circulación y acumulación) que incluye al sector científico-educativo y la producción, circulación y el consumo social, en el cual el gran desafío histórico es la valorización del conocimiento (creación de nuevo valor a partir del conocimiento), que pasará a constituir una nueva contra tendencia a la caída tendencial de la tasa de ganancia (Ordoñez, 2013:35).

“El desarrollo de la nueva base tecnológico-productiva de la nueva fase de desarrollo no ha ido acompañada aun del surgimiento a escala mundial de un modelo de sociedad que articule orgánicamente los cambios acontecidos y aún en proceso en la economía, con la política (entendida como forma de organización de las clases y grupos sociales en el marco de un compromiso histórico para dirimir el antagonismo y conflicto sociales), la ideología (entendida como conjunto de representaciones que dan cuenta de la realidad justificando al mismo tiempo un determinado status quo) y la cultura (-siguiendo a Gramsci- entendida como capacidad de articular voluntades múltiples en torno a una visión común del mundo que se traduce en un modo de vida común), que dé viabilidad histórica a la actual fase de desarrollo y la convierta en nueva fase histórica de desarrollo, o edificio social articulado; necesidad que, en el fondo, tiende a ser conceptualizada en las aportaciones más serias a la noción de sociedad del conocimiento (Ordoñez, 2013:39; citado en Reyes, 2013).

La forma en que se crean los bienes y servicios culturales en la actualidad, es dependiente de este proceso económico en el que la innovación, el desarrollo y la investigación, se traducen en conocimiento. Ya no se trata tanto de su manufactura, sino el valor principal lo da el proceso creativo. Para el caso de bienes y servicios ya existentes, la creatividad será aún más determinante, pues se buscará una forma de actualizarlos y hacerlos siempre atractivos, pero sin afectar su esencia.

Hay que tener presente que, aunque los servicios y bienes culturales contribuyan a la obtención de ingresos y generación de empleo de manera cada vez más significativa, otros sectores tienen un comportamiento igual o mejor. Es decir, no hay que sobrevalorar ni decir que es la única vía posible para lograr el desarrollo. Pero sí se puede afirmar que es un camino muy deseable, pues aquí la gran diferencia es que el florecimiento de la cultura aporta otros beneficios no materiales. Son estos beneficios los que debemos reconocer y fomentar como genuinos bienes de desarrollo. La capacidad de generar o acceder a estos beneficios económicos y no monetarios de la economía creativa debe considerarse una de las libertades fundamentales e integrales del desarrollo centrado en las personas. (PNUD, 2013:51-52).

Para Michael Keane la contribución más importante a la globalización de la economía creativa (término que explicaremos más a detalle en los siguientes apartados) ha venido de la UNCTAD justamente en la forma de los Reportes sobre Economía Creativa 2008 y 2010,

(Keane, 2013:44). Posiblemente a la fecha también consideraría el creado en 2013. Sin embargo, también tiene una visión crítica al sistema de clasificación de la UNCTAD, pues menciona que las actividades y productos industriales cotidianos quedan empaquetados junto con los bienes creativos. Por ejemplo, la manufactura de discos compactos en blanco³ está contabilizada, y no sólo el contenido creativo codificado en ellos (Keane, 2013: 45-46).

Con esto vemos una vez más la dificultad para clasificar los bienes y servicios culturales y extraer su contenido meramente industrial del creativo. Se requeriría un marco mucho más desagregado para poder hacer esta diferenciación, pero para fines prácticos podemos quedarnos con los datos de la UNCTAD, pues a fin de cuentas si se habla de un bien creativo es claro que requiere un proceso de manufactura, de otra forma se estaría contabilizando únicamente la creatividad misma.

d) Patrimonio Cultural

Ya se hizo mención a la dificultad de dar un valor monetario a la mayoría de lo que se puede incluir en el término patrimonio cultural, sobre todo a lo intangible. Partamos de que “la definición de patrimonio es un tanto flexible” (Throsby 2008: 110). La UNESCO declara que “el patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio” (UNESCO, 2014).

El patrimonio cultural es un componente clave cuando hablamos de desarrollo, pues inspira a las sociedades, a pesar de que requiere de atención, tiempo, cuidados e inversión. La población debe estar consiente de cuál es su patrimonio para que pueda realizar las actividades necesarias para conservarlo, tales acciones llevarán a la par actividades productivas y creativas que impulsarán un desarrollo económico integral.

“La noción de patrimonio es importante para la cultura y el desarrollo en cuanto constituye el “capital cultural” de las sociedades contemporáneas. Contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades, y es un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Además, es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, que generan los productos culturales contemporáneos y futuros. El patrimonio cultural encierra el potencial de promover el acceso a la diversidad cultural y su disfrute. Puede también enriquecer el capital social conformando un sentido de pertenencia, individual y colectivo, que ayuda a mantener la cohesión social y territorial. Por otra parte, el patrimonio cultural ha adquirido una gran importancia económica para el sector del turismo en muchos países, al mismo tiempo que se generaban nuevos retos para su conservación” (UNESCO, 2014).

David Throsby aporta la siguiente clasificación de tipo económica para los beneficios del Patrimonio Cultural (Throsby, 2008: 114-115):

³ En el siguiente capítulo analizaremos si bienes como éste son como tal culturales o creativos, o si son sólo de apoyo al sector.

-Valores de uso: valuaciones económicas atribuidas a todos los bienes y servicios directamente utilizados en el proyecto que genera.

-Valores de no uso: valor de existencia, valor de posibilidad, valor de legado.

-Externalidades: efectos externos de beneficio o costo que afectan a otros agentes económicos.

Con esto observamos que la importancia de su existencia no sólo radica en “saber que está ahí” sino que efectivamente hay una derrama económica alrededor del patrimonio cultural. Aquí resulta inevitable mencionar al turismo, que sería la consecuencia inmediata de la existencia del patrimonio, una externalidad positiva que influye en gran medida en los ingresos de muchos países, como México.

Además de la sociedad civil, los gobiernos nacionales, regionales y locales son beneficiarios importantes del patrimonio cultural, ya sea como propietarios y custodios de una porción considerable del patrimonio mundial o como reguladores o financiadores que influyen sobre otros beneficiarios en este campo" (Throsby, 2008: 127). Tienen la obligación de mantenerlo e impulsarlo a través de la creación y regulación de políticas culturales.

La UNESCO definió al Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), en una Convención en 2003, como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (PNUD, 2013:44).

El patrimonio cultural es una razón de gran peso por la cual un país puede ser un exitoso destino turístico. El turismo representa en muchos casos donde destaca el de México, una parte importante del sector terciario de la economía, con una tasa de crecimiento constante que repercute también en el desarrollo económico. A pesar de su estrecha relación con el sector cultural de un país, no se debe considerar dentro del conglomerado de dicho sector, pues distorsionaría los cálculos de su aporte real a la economía. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la cultura y el turismo van de la mano, por lo que el apoyo a la cultura influiría positivamente en los ingresos turísticos de una nación. Surge entonces el concepto de turismo cultural, del que hablaremos más a detalle.

En PNUD afirma que incluso muchos países y ciudades unen la cultura y el turismo bajo una única autoridad institucional; tanto monumentos como museos se consideran, cada vez más, importantes fuentes de ingresos y constructores de la imagen de una ciudad (PNUD, 2013:45). De hecho, consideramos que cada ciudad o localidad debería tener su propio organismo dedicado a la cultura, pues los apoyos que se requieren para la promoción cultural no están relacionados con el turismo, sino al revés, el turismo es el que requiere que se atienda el sector cultural para tener éxito.

Si bien el turismo alimenta a la cultura, la mayoría de él se centra en una concepción limitada sobre la cultura, contemplando sólo museos, galerías, teatro y áreas comerciales (Landry, 2000:9). Para países con múltiples sitios considerados patrimonio cultural, como en el caso

de México, esta visión se puede ampliar, pero a fin de cuentas sigue siendo acotada y no comparable con el total de la cultura nacional.

Paul Tolila también hace evidente la necesidad de separar la cultura y el turismo a la hora de reconocer la importancia de cada sector:

“La cultura de un país, es por demás claro, influye notablemente en su atractivo turístico general, pero si no se procede a estudios muy precisos, muchas veces es difícil aislarlo como factor autónomo de atracción. En general, faltan estos estudios, sustituidos por argumentaciones bastante burdas: la construcción de estas observaciones es de seguro una de las acciones gubernamentales que deben ponerse en marcha para dar real visibilidad a la importancia de las actividades culturales en el sector del turismo” (Tolila, 2007:107).

Por sí solo, el patrimonio construido, tangible, ha sido reconocido por su valor como motor de desarrollo (PNUD, 2013:44). Si es de la mano con el turismo podrá potencializar sus efectos en el crecimiento económico, pero por el simple hechos de que un país ponga atención en la conservación de su patrimonio, se detonarán consecuencias benéficas con miras a un desarrollo integral.

Conforme se utilice el potencial del patrimonio, la historia, el paisaje, la riqueza natural, la gastronomía, las fiestas populares, entre otros, aumentará el valor de las regiones y ciudades. Estas forman parte de circuitos en los cuales lo esencial es la venta de experiencias y emociones. (Toussaint, 2013: 56-57)

No debemos olvidar que como sociedad tenemos la obligación, al igual que la tienen las organizaciones públicas, de promover la continuidad de las culturas locales indígenas. Como se menciona en la Agenda 21, cada día en ciudades de todo el mundo, antiguas tradiciones convergen con nuevas formas de creatividad, contribuyendo así a la conservación de la identidad y diversidad. El diálogo intercultural es uno de los mayores desafíos de la humanidad, al mismo tiempo que la creatividad es valorada como un recurso inagotable para la sociedad y la economía (Agenda 21, 2010).

e) Economía Creativa

Para esta parte, tomaremos principalmente el análisis realizado en los Informes de Economía y Cultura del PNUD y la UNESCO. Dichos informes se han realizado en 2008, 2010 y 2013, todos coinciden en la importancia creciente del tema, y en la necesidad de tomarlo en cuenta en la agenda internacional y local. El Informe de 2010 constataba que, “adecuadamente nutrida, la creatividad impulsa a la cultura, infunde un desarrollo centrado en el hombre y constituye el ingrediente clave para la creación de empleo, la innovación y el comercio...” (PNUD, 2013:16).

Si bien el sector cultural de la economía también es conocido como economía creativa, y toda relación entre la economía y la cultura girará en torno a este concepto, lo hemos extraído de nuestro análisis inicial para poder abordarlo primero desde la creatividad. El término economía creativa, puede resultar sumamente extenso e incluir sectores que no

necesariamente pertenecen al cultural al momento de desagregarlos en las cuentas nacionales. Esto se debe a que la creatividad está en todas partes.

La creatividad es inherente al ser humano y puede ser estudiada desde diversas ramas, no necesariamente las relacionadas con los creadores artístico-culturales. En el caso de la economía, la creatividad entra en su razonamiento debido a su capacidad para producir innovaciones y por ende ser precursora del cambio tecnológico (Throsby, 2008:133). Es un factor necesario para los bienes y servicios culturales pues todos “suponen creatividad en su producción, incorporan un cierto grado de propiedad intelectual y transmiten un significado simbólico”(Throsby, 2008:158).

El proceso creativo está ligado a las capacidades, pues como Álvarez comenta:

“es un proceso de análisis y síntesis de la información basado en la cultura y el conocimiento previo, personal o de grupo, íntimamente ligado a la observación, investigación y experimentación, ya sea formal o empírica, personal o colectiva, académica o autodidacta, determinado por el contexto económico, político, social e histórico, esto es: la creatividad es un proceso complejo, multifactorial y lleno de relaciones multicausales” (Álvarez, 2013:120; citado en Reyes 2013)

En general la actividad creativa plantea un desafío empírico porque es una capacidad humana universal (PNUD, 2013:28). Una referencia importante al hablar de creatividad como proceso creador, es la de Schumpeter, quien habla del proceso de Destrucción Creadora como el hecho esencial del capitalismo, debido a que para crear nuevas alternativas es necesario romper los viejos moldes (Álvarez, 2013:119). Por su parte, Moeglin y Tremblay recuerdan que es justo a partir de Schumpeter, que se insiste en el papel de motor que tiene la innovación en el desarrollo económico, al demostrar que éste o la creatividad conducen a la producción y a la puesta en marcha de obras y servicios nuevos que de inmediato incentivan el crecimiento (Moeglin y Tremblay, 2013:75).

Hay un punto en el que el valor de la creatividad adquiere su nivel extremo, y puede llegar a ser exorbitante, como en algunos de los llamados casos de éxito, en que llegan a convertirse en verdaderos paradigmas mundiales, como los casos de Facebook, Disney y Warhol. Ese valor que logra la creatividad se debe a que es la fuente primigenia de la generación de riqueza de nuestra sociedad, a pesar de que en su génesis su valor es cero, pues sólo comienza como una ocurrencia. El proceso creativo es lo que hace que se pase de una ocurrencia a la introducción del producto en el mercado (Álvarez, 2013:122; citado en Reyes 2013).

Ahora abordaremos el vínculo entre creatividad y economía, cuya existencia es indudable desde el uso del término industria creativa. Lo primero en lo que podemos pensar es que todas las actividades económicas se producen con un cierto grado de creatividad, puesto que, como ya se mencionó, es una capacidad inherente al ser humano. En un segundo plano, hay actividades económicas que pueden clasificarse más específicamente como creativas, pues están directamente relacionadas con el sector cultural de la economía. No importa si éstas actividades son catalogadas dentro del sector secundario o del terciario.

Se habla entonces de un término complejo que abarca a las actividades económicas culturales y creativas, la economía creativa. Usando la jerga del campo de estudio, incluye a todas las industrias culturales y creativas (ICC) de las que hablaremos en el siguiente capítulo, pero no sólo eso, sino que abarca una amplia área que incluye desde bienes y servicios culturales, juguetes y juegos e incluso investigación y desarrollo I+D. Como tal la innovación y la creatividad humana son los motores fundamentales de estas industrias y se han convertido en la auténtica riqueza de las naciones del siglo XXI (PNUD, 2013:15-20).

El concepto *economía creativa* fue popularizado por el escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins, apenas a inicios del siglo XXI, en el año 2001. El autor lo aplicó en un estudio a 15 industrias que iban desde las artes hasta la ciencia y tecnología. Según Howkins, en el año 2000 la economía creativa tenía un valor de 2.2 billones de dólares estadounidenses a nivel mundial y crecía a una tasa anual del 5%. Se ha convertido en una fuerza transformativa poderosa y es uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial tanto en términos de generación de ingresos, como de creación de empleos y aumento de los ingresos en exportaciones (PNUD, 2013: 15-25). El término abarca las actividades relacionadas con la creatividad cultural y la innovación, en el núcleo de las industrias culturales y creativas (PNUD, 2008 y 2010).

Howkins, desde 2001 mencionaba que la economía creativa era lograda por las tecnologías de la información y la comunicación. Su visión de economía creativa sirvió como una alternativa al término industrias creativas por muchos años y generó un atractivo mayor hacia el nacionalismo, pues hasta la fecha más de 100 países han firmado a la idea que representa la UNCTAD.

Está por demás aclarar que la economía creativa no necesariamente es sinónimo de sector cultural de la economía, debemos ser muy claros al hablar del crecimiento de este sector, para no sobrevalorar su importancia dentro del conglomerado económico de un país.

De hecho, no hay una sola economía creativa sino, como se menciona en los Informes del PNUD, una multitud de economías creativas que son independientes y están interconectadas. Las iniciativas de la economía creativa diseñadas para ampliar las posibilidades de la sociedad y fortalecer las capacidades de las personas juegan un papel decisivo para que el desarrollo sea sostenible y transformativo (PNUD, 2013:11)

No es una superautopista, sino una multitud de distintas trayectorias locales. La dificultad está en cómo promover la economía creativa de forma práctica en comunidades, ciudades y regiones del mundo en desarrollo, a través de la intervención de políticas a escala nacional y a escala local (PNUD, 2013:15). Al momento de hacer la planeación para impulsar la economía creativa, no siempre es posible trasladar un modelo de una localidad a otra, pues hay factores que se estarían dejando fuera, mucho menos se puede hacer entre países.

La economía creativa se diferencia de otros sectores por sus formas organizacionales y por el alto riesgo de mercado que se asocia al lanzamiento de nuevos productos. Por este factor de alto riesgo y la dificultad que implica gestionarla, es común que empresas grandes extiendan el riesgo a una cartera amplia de productos y servicios para que les sea más fácil

prosperar. Sobre todo, en países en desarrollo, todo lo que forma parte de la economía creativa es profundamente dependiente de instituciones, procesos y sistemas culturales informales; así como es más común que se presenten en la forma de microempresas, aunque se pueden encontrar productores independientes de pequeña escala, sucursales semi-independientes que trabajan para empresas más grandes, y compañías muy grandes en ámbitos como el cinematográfico y el editorial (PNUD, 2013:25-26).

Esta economía está vinculada al mismo tiempo con los sectores público, no lucrativo e informal, así que se convierte en un complejo híbrido. Esto se observa incluso en el hecho de que no todos sus aspectos se pueden expresar en precios e ingresos, pues como ya se mencionó, hay otros parámetros cruciales para determinar un comportamiento exitoso, vinculados a identidades y valores intrínsecos (PNUD, 2013:26).

La economía creativa suele constituirse en grupos o clústeres de actividad, como un modo de equipar a las industrias o regiones para explotar sus ventajas naturales en formas que les permitan alcanzar mayores niveles de innovación y competitividad. El PNUD define los clústeres de la siguiente manera:

“Un clúster es una concentración local de empresas que producen un producto o servicio determinado. La proximidad de estas empresas se traduce en una pujante competencia que estimula la innovación, incrementa las oportunidades de compartir información, aumenta la demanda global de determinados insumos y reduce los costos de transacción” (PNUD, 2013:29).

Esto se observa más en zonas urbanas con un grado de desarrollo relativamente más alto que en el resto del país. Es una forma en que los bienes y servicios culturales pueden apoyarse a sí mismos, y al mismo tiempo dar un empuje a la economía local.

El factor localización también influye en que la economía creativa también se caracterice por la desigualdad, pues al asociarse a grandes ciudades y/o regiones dominantes dentro de un país, o incluso a áreas concentradas dentro de una ciudad, puede ser que un sector industrial creativo y próspero sea un pequeño enclave rodeado por pobreza y privación social (PNUD, 2013:30).

De hecho, la misma transnacionalización del capital, cada vez más contundente, que viene acompañada de la transnacionalización de la cultura, provoca un intercambio desigual de los bienes materiales y simbólicos (García Canclini, 1982:28-29; citado en Vich, 2014:28).

En general se puede afirmar que están emergiendo economías creativas cada vez más robustas en todos los continentes y en muchas localidades. Como muestra un estudio reciente de la UNCTAD, en los países en desarrollo, la parte de las exportaciones de bienes y servicios creativos ha crecido progresivamente en los últimos años en el comercio mundial. La mayor parte de estas exportaciones se producen en ciudades medianas y grandes, y abarcan productos de diseño, artesanía y artes, donde la creatividad está en la génesis (UNCTAD, 2013; citado en PNUD, 2013:38).

Ya nos hemos referido a la dificultad para medir los ámbitos de la economía cultural, a la hora de elegir indicadores no siempre tendremos la certeza de estar incluyendo todo lo importante o de no estar dando mucho peso a un factor no siempre indispensable. Por ahora, nos será útil revisar los indicadores utilizados en el Informe del PNUD sobre la Economía Creativa 2013, los cuales están organizados bajo tres apartados, que corresponden a los tres grandes grupos de temas a tener en cuenta: recursos, capacidades y resultados económicos, sociales, culturales y medioambientales.

Recursos. La inversión en el mantenimiento y la mejora del capital humano y cultural, brinda una tasa de rendimiento constante que puede ser valorada en términos económicos, sociales y culturales. Se identifican los siguientes posibles indicadores:

(a) Mano de obra creativa

- Número de artistas profesionales, por forma artística.
- Número de trabajadores creativos, por ocupación y sector.
- Artistas/trabajadores creativos en proporción con el total de mano de obra.
- Características socio-demográficas de la mano de obra creativa: distribución por género, por edad y por formación académica.

(b) Empresas creativas

- Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el sector creativo, por industria o grupo productivo: número, tamaño, facturación, número de empleados, PYMES creativas en proporción con el total de empresas.
- Grandes empresas nacionales que producen bienes y servicios culturales, por ejemplo, estudios de cine o editoriales: número, tamaño, volumen de negocios relativo a la producción cultural.
- Filiales locales/nacionales de empresas culturales transnacionales: número, tamaño, volumen de negocios relativo a la producción cultural.

(c) Instituciones culturales

- Museos, galerías, bibliotecas, archivos, centros culturales y similares: número de visitantes, por categoría, tamaño, facturación, volumen del presupuesto, programas de educación, divulgación, etc.
- Teatros, cines, centros de artes escénicas: número, número de asistentes, por categoría, tamaño, facturación, presupuesto, programas de educación, divulgación, etc.
- Compañías de arte estatales: danza y/o compañías de teatro, orquestas y similares: número, financiación pública, total y como proporción de los ingresos, asistentes, programas de educación, divulgación, etc.

(d) Edificios y sitios patrimoniales

- Número de edificios/ sitios accesibles/no accesibles al público: incluidos en la Lista de Patrimonio Mundial, en una lista nacional, en un registro de patrimonio local.
- Concentraciones de patrimonio importantes, como centros históricos de las ciudades
- Número y tipo de visitantes en los edificios/sitios accesibles al público: de la región, de fuera de la región
- Condición de los edificios/sitios patrimoniales: proporción en buenas condiciones, en necesidad de restauración, etc.

(e) Patrimonio Cultural Intangible

- Técnicas creativas tradicionales
- Rituales, ferias, festivales: número, frecuencia, visitas
- Conocimiento tradicional de los habitantes locales: cuentos, imágenes, música y similares, gestión territorial, recursos biológicos y su uso (PNUD, 2013: 125-126).

Como vemos hay un mundo de posibilidades a la hora de relacionar a la economía y la cultura, hay un sinnúmero de eventos analizables que nos pueden arrojar información necesaria para direccionar correctamente el gasto público o a la hora de proponer políticas públicas. No se cuenta con una base de datos tan completa como fuera deseable, y esto puede variar radicalmente de un país a otro. Dependiendo el país, cambia mucho lo que se incluye en el término economía creativa, pues sus definiciones son diversas y abarcan diferentes fenómenos culturales. De ahí que sea imposible un estudio comparativo global (PNUD, 2013:53).

Aun así, los esfuerzos realizados para contabilizar el aporte de estos indicadores son una labor que la ONU no ha dejado de lado y, como sea hay cifras de las cuales partir, como las arrojadas por la UNCTAD en 2013 que mencionamos al inicio del capítulo.

Para analizar este crecimiento, que recordemos fue del 8.8% anual entre 2002 y 2011, destacando que las exportaciones de bienes y servicios creativos en países en desarrollo fue incluso mayor (del 12.1%), la UNCTAD está incluyendo al patrimonio cultural, artes plásticas y artes del espectáculo, industrias del audiovisual, edición e información escrita, nuevos medios, creación industrial, servicios creativos, incluso arquitectura y publicidad todos ellos sectores de las ICC. A partir de esto, Moeglin y Tremblay comentan que debemos ser conscientes de que los datos esconden duplicidades, además de excluir la correcta división entre creación y reproducción, corriéndose el riesgo de extender los procesos industriales a las actividades creativas (Moeglin y Tremblay, 2013:75).

Paradójicamente uno de los mayores retos del desarrollo de la economía creativa es la producción cultural, principalmente debido a la financiación. Esto a pesar de que hoy, incluso en los lugares más pobres o remotos del Sur global, sea esta producción la que aparezca como un camino viable para el desarrollo sostenible. A nivel local, la economía creativa se ve dificultada tanto por falta de capital como por una falta de infraestructura y capacidades

humanas, y tiene al mismo tiempo importantes dimensiones de empoderamiento, mejorando la expresión, el bienestar y el diálogo intercultural (PNUD, 2013: 154-155).

A partir del modelo de crecimiento endógeno, la ventaja productiva se desplazó de la fuerza muscular y del número, hacia el intelecto, su formación, sus capacidades de adaptación y de innovación (Tolila, 2007:118). Ya no es opción ignorar el hecho de que la economía creativa es y será en lo consecuente, la nueva ventaja productiva que las economías deben impulsar.

Si la innovación representa la eficacia económica global de un país en la competencia internacional, entonces la cultura, las prácticas culturales y las industrias culturales, son parte fundamental en la integración de las fuerzas productivas adaptadas a la construcción del capital humano. Esto en miras de una economía capaz de tener evoluciones, creaciones, anticipación y movilización, papel similar al de la educación y la investigación (Tolila, 2007:123)

La naturaleza del entorno construido, es decir todo el contexto, impacta en las oportunidades que tienen las industrias culturales y creativas para florecer, proporcionando, o no, los escenarios y espacios que ellas requieren (PNUD, 2013:48). Si bien la economía creativa por sí sola no puede resolver problemas de pobreza o desigualdad, sí puede formar parte integral de cualquier intento para repararlos, mientras el proceso también produzca cambios estructurales más amplios para garantizar que los trabajadores creativos no estén en desventaja comparados con otros trabajadores (PNUD, 2013:30).

f) Economía Cultural

La perspectiva que se centra en la interacción entre cultura y economía también se expresa como economía cultural, lo cual también abarca los modos más extensos de entender vitalmente a la cultura y reconoce que la economía está vinculada con procesos de relaciones sociales y culturales, pues la economía es una parte de la cultura (PNUD, 2013:24).

Scott la define de la siguiente forma: “La economía cultural comprende todos esos sectores del capitalismo moderno que atienden las demandas del consumidor por diversión, ornamentación, autoafirmación, ostentación social y demás” (Scott, A. 1999; citado en PNUD, 2013:24). A pesar de que los conceptos de economía creativa y economía cultural podrían pasar como sinónimos, observamos que de hecho la diferencia está en la dimensión que abarcan: el primero es un tanto más amplio pues invariablemente incluye los sectores tecnológicos; mientras que el segundo puede referirse exclusivamente a las industrias culturales, a los ámbitos exclusivos de la cultura (en su acepción de adjetivo). Así que se puede decir que la economía cultural está incluida en el campo de la economía creativa.

Ruth Towse en su *Handbook of Cultural Economics*, define al término de una manera muy sencilla: la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales. La autora comenta que el término economía cultural surge a partir de que los economistas también estudian todas estas partes dentro del sector cultural.

En general el término se ha usado más por omisión que por comisión, pues es difícil pensar en otro término que fácilmente cubra a la creatividad, las artes escénicas y al patrimonio de la misma manera que a las industrias culturales. De hecho, el primer nombre que se le daba a la materia era *economía del arte* pero se ocupaba más en términos de la alta cultura (Towse, 2003:1 Traducción propia)

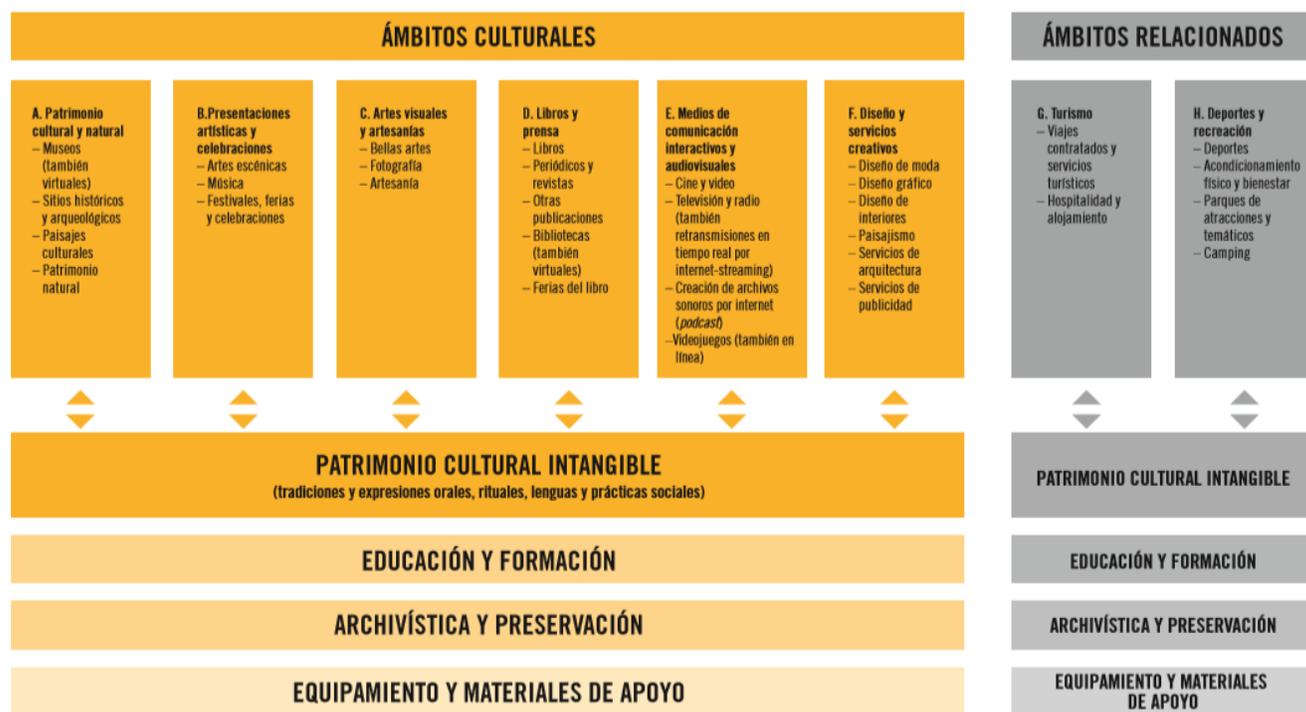
El Marco de estadísticas culturales de la UNESCO nos es muy útil para ilustrar todos los campos que abarca la economía cultural. En lo consiguiente acotaremos nuestro análisis a este concepto, pues no profundizaremos en lo relacionado a la tecnología y la innovación, sino en las industrias culturales.

En la imagen 1 vemos todo lo que se puede medir con estadísticas culturales de la economía cultural, que son propiamente los ámbitos culturales, y lo que no se mide con ellas, pero que también forma parte de la economía cultural y se relaciona directamente con los ámbitos ilustrados, como lo son el patrimonio intangible, la educación y formación, la archivística y preservación y el equipamiento y materiales de apoyo. Además, observamos que hay otros ámbitos que no son propiamente culturales, pero que al estar relacionados se pueden analizar desde la perspectiva de la economía cultural, como el turismo y los deportes y recreación.

Imagen 1.- La economía cultural

La economía cultural

Basado en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO



(PNUD, 2013:25)

Con esta clasificación podemos pasar a un tema más específico y que se desenvuelve totalmente en el contexto de la economía y la cultura, que es el de las industrias culturales y creativas. Ha quedado demostrado que alrededor de la economía y la cultura existen múltiples áreas de estudio que pueden ayudar a entender la conformación de un sector cultural de la economía. Y que la creatividad es una parte integral de dicho sector, con lo que el análisis de los bienes y servicios culturales tendrá que tomar en cuenta tanto su valor económico como su valor simbólico, no siempre medible.

Capítulo 2.- Industrias Culturales y Creativas

Recientemente se ha incrementado la atención puesta sobre las industrias culturales, creativas y aquellas protegidas por el derecho de autor, esto debido en parte a su creciente importancia en la generación de valor agregado y empleo, sobre todo en países subdesarrollados. La fuerza que ha ganado la economía de la cultura es un hecho que muchos académicos reconocen. En este contexto, medir el tamaño del sector cultural como porcentaje del PIB, se vuelve una tarea importante para monitorear su comportamiento.

En México esta tarea se ha intentado llevar a cabo a través de la creación de la Cuenta Satélite, por ejemplo, de la cual nos abocaremos en el siguiente capítulo. Dependiendo de la metodología seguida, los estudios internacionales han arrojado que la importancia económica de la cultura oscila entre un 2% y 7% del PIB, diferencia que responde a las variaciones dentro de lo que cada método incluye en su medición de la cultura.

Las mediciones del peso de las industrias culturales en la economía, así como de todos los otros sectores, son una herramienta de toma de decisiones para los hacedores de políticas públicas en la materia, pues permiten identificar cuáles son aquellos rubros en los que se crea la mayor parte del valor agregado, y cuáles son los de mayor o menor crecimiento (si se hace una medición constante), permitiendo así impulsar estrategias de dinamización de la economía por sectores (Alonso, 2010: 1).

Alonso incluye un término adicional al conglomerado de la economía de la cultura, las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor (IPDA), término que también utiliza Ernesto Piedras para el caso mexicano, como veremos más adelante, y que junto con las ICC hacen referencia a actividades productivas que agregan valor y están relacionadas con la provisión de bienes y servicios que incluyen algún tipo de manifestación artística o de la creatividad de los individuos o un grupo de ellos (Alonso, 2010: 3).

Una dificultad que ya hemos hecho evidente es distinguir entre industrias culturales e industrias creativas. Al finalizar la lectura de este capítulo es posible que se haya esclarecido un poco la diferencia, aunque es difícil que exista unanimidad en la definición. Incluso el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) ha aceptado que se trata de términos cuya diferencia no se encuentra claramente definida y que en algunos países se usan indistintamente.

La institución también ha mencionado una característica común en ambos conceptos de industrias, que es la propiedad intelectual. Este tema se toma básicamente a partir de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, la cual considera a la propiedad intelectual como un instrumento de crecimiento económico, social y cultural, y la cuantificación de su contribución económica es abordada por su valor agregado, el empleo y el comercio exterior que generan (INEGI, 2018).

Para seguir en la diferenciación de las industrias culturales y creativas, por ahora podemos apoyarnos, aunque no exclusivamente, en la distinción que hace Alonso:

“Si bien los términos Industrias Culturales e Industrias Creativas en algunos casos parecen ser casi intercambiables, la diferencia entre los dos tipos de industrias radica en lo que genera el valor del bien o servicio producido. Por ejemplo, los bienes y servicios producidos por las industrias culturales son fruto de la herencia, el conocimiento tradicional y los elementos artísticos de la creatividad. Por otro lado, las industrias creativas derivan su producción de la creatividad individual, la innovación, las habilidades y el talento en la explotación de la propiedad intelectual. En general, tanto las industrias culturales como las creativas están relacionadas con el aprovechamiento de la noción de propiedad intelectual, pero éstas no son las únicas que generan valor a partir de los derechos de autor” (Alonso, 2010:7).

Entonces dadas estas diferencias, hay algunas industrias creativas que no son industrias culturales, lo que sería el caso de las que dependen de la innovación como el desarrollo de software, esto a pesar de que las ICC en general comparten algunas de sus industrias. Aquí es donde radica la importancia de la diferenciación entre las industrias culturales y las creativas, principalmente para efectos de cálculos estadísticos como la Cuenta Satélite de Cultura (CSC). Si se deciden utilizar indistintamente los conceptos industrias culturales e industrias creativas, la medición de la CSC involucraría también algunas actividades creativas que no son culturales (como lo relacionado a la innovación y desarrollo tecnológico) y se sobredimensionará el impacto de la cultura en la economía (Alonso, 2010:7).

Por ello dedicamos este capítulo a definir e interpretar el papel de estas industrias que entran en el terreno cultural, con el posterior propósito de analizar opciones económicas que contribuyan al bienestar social.

a) Industrias culturales

Como ya se trató en el capítulo anterior, la economía y la cultura se relacionaron a través de la academia, en los inicios (y en varios casos en la actualidad) de forma hostil. Dentro de ese marco es que surge el término industrias culturales, en medio de críticas. Se remonta a los primeros trabajos en las décadas de 1930 y 1940, con los estudiosos de la Escuela de Frankfurt, quienes “denunciaron la mercantilización del arte en tanto que aportaba una legitimación ideológica a las sociedades capitalistas y la aparición de una industria cultural popular” (PNUD, 2013:20).

El concepto fue acuñado por Max Horkheimer y Theodor W. Adorno en 1947. Throsby califica el contexto en que surge como una desesperada acusación contra la mercantilización inherente a la cultura de masas. Los autores consideraban que la cultura estaba siendo transformada por la tecnología y la ideología del capitalismo monopólico, y que la interpretación económica de los procesos culturales era expresión del desastre (Throsby, 2008: 35). Surge en parte con la intención de analizar el cambio radical que se estaba produciendo en el espacio social ocupado por la cultura, profundizando sobre la relación entre ésta y los procesos industriales (Crovi, 2013: 13).

Al juicio de los autores, la industria cultural fija un quiebre en la cultura pues cae en la categoría de mercancía, la transformación del acto cultural suprime su potencia crítica y disuelve en él los rastros de una experiencia auténtica; hay que tener en cuenta que su

principal objeto de análisis no era la industria cultural, sino su producto: la cultura de masas. Se observa, además, una clara posición crítica ante la intrusión de la técnica en el mundo de la cultura (Mattelart y Piemme, 1982:64; citado en Anverre, 1982).

La crítica que le hacen a la escuela de Frankfurt los partidarios de las industrias creativas, como Richard Caves (2000) y Scott Lash y Celia Lury (2007) es olvidar la creación a favor de la reproducción. Esto no está del todo fundamentado, pues Horkheimer y Adorno consideraban que la creación estaba amenazada por la industrialización y la reproducción, lo cual sería para ellos el nuevo elemento en la historia del trabajo artístico (Moeglin y Tremblay, 2013:73)

Ahora nos remontaremos a la obra original, titulada *Dialéctica de la Ilustración*, extrayendo las ideas que consideramos más relevantes de su famoso capítulo *La industria cultural*:

“El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos” (Adorno y Horkheimer, 2013:8).

Mencionan que una de las consecuencias ha sido la estandarización y producción en serie, lo cual ha eliminado el factor importante (la lógica de la obra) que es lo que diferencia al bien o servicio del sistema social general (Adorno y Horkheimer, 2013:9).

Para los autores, la industria cultural es el estilo más inflexible de todos, refiriéndose al estilo como un equivalente estético del dominio, una promesa de obra de arte. Y ésta sólo ha logrado la transposición del arte en la esfera del consumo, transformado la diversión (aunque sigue siendo la industria de la diversión) y mejorado la confección de mercancías (Adorno y Horkheimer, 2013:25-31).

Afirman que la industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que les promete. Que las obras de arte son preparadas oportunamente por la industria cultural, inculcadas a precios reducidos a un público resistente, y su disfrute se hace accesible al pueblo, como los parques, provocando que se termine el hecho de que el arte, mientras era caro, mantenía al burgués dentro de ciertos límites (Adorno y Horkheimer, 2013:38-73).

Destacan también la importancia de la publicidad para la cultura, declarando que es “su elixir de vida” (Adorno y Horkheimer, 2013:75). Esta inmersión de la publicidad en las industrias culturales las hace compartir características de mercado con las demás industrias. Sin embargo, no necesariamente se banaliza la cultura por este medio, pues la publicidad ayudará a que se socialice la cultura.

Podemos ver que la visión de Adorno y Horkheimer respecto a las industrias culturales tiene un sentido de oposición al modelo, más directamente hacia el cine y la radio, pero también al arte en general, sustentados en que están dirigidas a la cultura de masas. “Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza” (Adorno y Horkheimer, 2013:8). Estas masas de las que hablan están formadas por todos los consumidores, es decir los obreros y empleados, agricultores y pequeños burgueses. Esto se relaciona con el carácter fetichista de la mercancía mencionado en el capítulo anterior, pues

irrumpe justo un fenómeno fetichizador de la cultura, a partir de relaciones sociales entre cosas, y relaciones materiales entre personas, como indica Marx (Marx, 1999: 37-46). La génesis del término industria cultural se puede analizar desde múltiples aristas, por lo que no se puede acotar la visión de su lectura a afirmaciones sin contexto⁴

Ya para los años 60 otros autores empezaron a reconocer que este proceso de mercantilización no necesariamente acababa en la degeneración de la expresión cultural. Veinte años después el término industrias culturales ya era utilizado en círculos políticos y académicos como una calificación positiva y en la misma época fue propagado por la UNESCO, pasando a abarcar campos como la música, el arte, la escritura, la moda, el diseño, que ha sido considerado como el eslabón entre la creatividad y la innovación, (Ferruzca, 2013:140; citado en Reyes 2013) y las industrias de los medios (PNUD, 2013:20).

Muchos relacionan el término industrias culturales con la tecnología, pero como explica el PNUD, no se limita a ese rubro pues gran parte de su desarrollo es artesanal (PNUD, 2013:20).

Cada vez más es indispensable ampliar el panorama conceptual, si se pretende entender las características actuales de las industrias culturales, lo que implica una re-significación de ellas. Por ejemplo, Bárcenas incluye a la Economía Política de la Comunicación y la Cultura porque a partir de una propuesta histórico-estructural se establece la interacción entre las dimensiones políticas, económicas, culturales y tecnológicas que inciden en su desarrollo (Bárcenas, 2013:64; citado en Reyes 2013).

El término de por sí arrastra una orientación hacia el potencial económico del quehacer cultural para generar bienes y servicios, empleos e ingresos, y para satisfacer las demandas de los consumidores, sin importar cuál sea la labor creativa (Throsby, 2008: 157).

Ramón Zallo define la industria cultural como un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, este tipo de producciones deben ser resultado de un trabajo creativo, estar organizadas mediante un capital que se valoriza y su destino debe ser el consumo para cumplir con una función de reproducción ideológica y social (Crovi, 2013: 13).

Por su parte Ernesto Piedras ha mencionado que se pueden ver a las industrias culturales como aquellos agentes económicos, unidades económicas o empresas productoras de bienes y servicios que provienen de la creatividad de algún individuo, pero que son producidas de forma masiva y en serie (Piedras, s/f-A).

Para completar el panorama de definiciones ocuparemos la de la UNESCO, para quien las industrias culturales:

“...están definidas como aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el

⁴ Para profundizar, se recomienda revisar el texto *Apostilla a La industria cultural*, de Luis Ignacio García (García, 2013).

conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural” (UNESCO, 2007; Traducción de Alonso).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) agrega en uno de sus estudios de América Latina y el Caribe, que las industrias culturales pueden ser identificadas como un grupo de sectores que ofrecen:

- 1.- Servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (p.ej. películas, música grabada, medios impresos o museos)
- 2.-Productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social. Por ejemplo, ropa de moda o joyería (Quartesan et. Al., 2007).

Las características que se atribuyen a las industrias culturales varían dependiendo del enfoque que le da la institución o el país al término. Apegarse a una clasificación a la hora de hacer análisis será indispensable para hacerlo posible.

No todas las actividades culturales pueden ser consideradas como industrias culturales, pues estas son un subconjunto del sector cultural. Esto quiere decir que no debería esperarse que una medición de industrias culturales cuantifique el peso del sector cultural en la economía. Por ejemplo, la CSC no cuantifica el valor del patrimonio material e inmaterial, aunque sí la actividad de las empresas cuya base son estos patrimonios, como una empresa que explota la historia de una hacienda colonial declarada patrimonio nacional (Alonso, 2010:8). Sobre la cuenta satélite de cultura profundizaremos más adelante.

En suma, la mayor parte de la cultura se difunde gracias a una producción industrial que fluye por circuitos comerciales, en algunos casos masivos. El carácter industrial de actividades como la televisión, la radio, la fonografía, el cine, el libro y las publicaciones periódicas es indiscutible. Las industrias culturales tienen formas específicas de producción industrial para artefactos culturales, que además de su producción tienen carácter significativo de valor intrínseco (Piedras, s/f-A).

Sin embargo, este carácter de mercancías que poseen los bienes producidos por las industrias culturales, indudablemente degrada la simbología cultural que, por supuesto, también poseen. Por ello es importante no perder de vista ese valor intrínseco que los hace formar parte del mundo cultural.

Las industrias culturales están situadas en muchos aspectos en la vanguardia del desarrollo a comienzos del siglo XXI, lo que se puede racionalizar por:

- Los cambios en las pautas de consumo y el aumento de la renta real conducen a incrementos duraderos en la demanda de bienes y servicios culturales.
- Las industrias culturales son importantes proveedoras de contenido en el desarrollo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

-Fomentan el pensamiento y la expresión creativos, que son importantes para los procesos de innovación y cambio tecnológico.

-Ejercen una poderosa influencia sobre los niveles de empleo, conforme crecen pueden contribuir a absorber el trabajo procedente de los sectores en decadencia de la economía (Throsby, 2008:188).

b) Industrias Creativas

Comenzaremos con una fácil afirmación que nos muestra el panorama conceptual: "Las múltiples definiciones de industrias creativas pueden no coincidir; sin embargo, tienen un punto en común: la creación es la fuente principal de la producción cultural y el factor determinante de la cadena de valor" (Moeglin, 2013:73).

Como ya se hizo referencia, objetivamente el término economía creativa es más amplio que lo que abarca la economía de la cultura. En relación a los términos de industrias culturales e industrias creativas sucede algo similar, además todos ellos están en constante evolución. El término industrias creativas es más reciente, recordemos que data de 2001 cuando fue popularizado por el escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins (PNUD, 2013), y se aplica a un conjunto productivo mucho más amplio que industrias culturales, incluyendo los bienes y servicios que éstas producen, así como las que dependen de la innovación, como la investigación y el desarrollo de software.

Moeglin y Tremblay (2013) reconocen la variedad de definiciones para el término. Según los autores puede referirse a un sector en particular, siguiendo a Lash y Lury (2007) un simple dominio, organizado en hileras y cuya fragilidad se localiza justamente en lo que hay de artesanal en su funcionamiento: cualquier actividad en donde los gajes del oficio pesan sobre la concepción, la creación y la producción, por lo cual requieren disposiciones particulares para protegerlas y valorizarlas.

Puede referirse, como indica Caves (2000) a industrias que producen y difunden a gran escala bienes y servicios, de los cuales la parte creativa es mayor, aunque no deja de estar sujeta a los imperativos de la reproducción ampliada y tutelada a partir de las reglas de derecho de autor y copyright.

También puede referirse, como indica Bilton (2007) a una dimensión en la cual las aptitudes propias de ciertos individuos, grupos sociales, organizaciones, sociedades e inclusive territorios se caracterizan por estar abiertos a diversidad de opiniones y a los valores de la movilidad y lo flexible, cultivando los talentos y recurriendo de manera intensiva a los sistemas de información y de comunicación (Moeglin y Tremblay; citados en Crovi, 2013:65-66).

Recientemente en mayor medida se ha adoptado el uso del término industrias creativas, para suplir el de industrias culturales y creativas, por ser más incluyente, sin embargo, es justo esa diferencia la que es importante para realizar un análisis más completo del sector cultural en la economía y no caer en su sobrevalorización.

El concepto de industrias creativas se incorporó en los inicios en la formulación de políticas, como en la política cultural nacional de Australia de principios de los años 90 y en el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que promovió la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas.

Después recibió un impulso importante gracias a Charles Landry, en su trabajo sobre “la ciudad creativa” lanzado en 1994. Ya en el nuevo milenio, Richard Florida reflexionó sobre una “clase creativa” referido a quienes producen innovación, siendo una fuente de energía innovadora y dinamismo cultural en las sociedades urbanas de hoy en día y que las ciudades necesitan atraer para garantizar un desarrollo exitoso (PNUD, 2013:20).

Moeglin y Tremblay sintetizan el mensaje de Richard Florida de la siguiente forma:

En las sociedades de la información y en las economías del saber, el factor principal de la creación de riqueza no es ni los recursos naturales ni la capacidad de producir industrialmente, sino el saber, particularmente el conocimiento innovador sostenido por un conjunto de profesionales de la creación. Para asegurar su desarrollo, las ciudades, regiones y países deben optar por una política que atraiga a esa clase de creadores y se distinguirán por el alto nivel de concentración de los valores que han asumido dichos creadores: el talento, la tolerancia y la tecnología, las famosas “tres T” (Moeglin y Tremblay, 2013:75-76).

Para el Departamento de cultura, medios y deportes (DCMS) del Reino Unido, las industrias creativas son aquellas que están basadas en la creatividad, talento y habilidades individuales. Tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual (DCMS, 2001; Traducción de Alonso).

c) Clasificación de las Industrias Culturales y Creativas

La UNESCO, a través del PNUD ha afirmado que las industrias culturales y creativas (ICC) pueden ser un importante motor para el desarrollo. No sólo impulsan el crecimiento a través de la creación de valor, sino que también se han convertido en elementos clave del sistema de innovación de toda la economía (PNUD, 2013:21). Debemos reconocer que otorgar el título de motor económico a un solo sector, sea cual sea, es sobrestimar la capacidad de dicho sector. Sin embargo, podemos reconocer el papel de las ICC como factor indispensable para lograr el desarrollo económico de cualquier país.

Producen en masa bienes y servicios con suficiente contenido artístico para ser consideradas creativa y culturalmente importantes. Sus características esenciales son la escala industrial de producción, combinado con el contenido cultural que generalmente resulta del empleo de artistas capacitados en la producción de bienes en las ICC pero también por el significado social que agrega al consumo de bienes (Towse, 2003:170).

Una de las dificultades a las que nos enfrentamos al momento de estudiar a las ICC es saber qué sí incluimos en nuestro análisis y qué dejamos fuera, cuáles industrias tienen peso en el

rubro cultural de la economía y cuáles deben ser contempladas como meramente producción industrial, cómo las clasificamos y si esto varía notablemente de un país a otro.

Además, es común relacionar al sector cultural con el sector terciario de la economía, es decir con los servicios. Si bien todas las actividades culturales y creativas tienen un fin de servicio, en el proceso se manejan y funcionan como industrias, industrias que proveen servicios culturales. Un libro, por ejemplo, se concibe mediante un proceso meramente creativo durante su escritura, después se produce (generalmente en masa) mediante un proceso industrial, es un bien cultural que proveerá de un servicio al consumidor (recreativo, educativo, etc.) Un museo provee servicios, pero también es considerada una industria cultural en el sentido de su organización y funcionamiento. Las ICC proveen de bienes y servicios culturales y creativos, es decir con valor simbólico.

Los sistemas existentes hasta ahora han sido propuestos por organismos supra nacionales y pueden ser aplicados a cualquier país. Dependerá de cada uno la eficacia con la que se utilicen, pues la información arrojada irá de la mano con la calidad de su sistema de cuentas nacionales. En el Informe sobre la Economía Creativa de 2013, el PNUD reconoce los siguientes diferentes sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas:

- 1.- Modelo DCMS (Propuesto en el Creative Industries Mapping Document de Londres)
- 2.- Modelo de Textos Simbólicos
- 3.- Modelo de los Círculos Concéntricos
- 4.- Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
- 5.- Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO
- 6.- Modelo de Americanos por las Artes

(Véase Imagen 1)

Para el presente trabajo y en lo sucesivo, se utilizará el Modelo de la UNESCO, el cual categoriza a las ICC de la siguiente forma:

- 1.-Industrias en ámbitos culturales fundamentales
 - Museos, galerías y bibliotecas
 - Artes escénicas
 - Festivales
 - Artes visuales, artesanía
 - Diseño
 - Industria Editorial
 - Televisión, radio

- Cine y video
- Fotografía
- Medios de comunicación

2.- Industrias en ámbitos culturales ampliados

- Instrumentos musicales
- Equipos de sonido
- Arquitectura
- Publicidad
- Equipos de impresión
- Software
- Hardware audiovisual

La imagen 2 muestra el desglose de los sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas

1. Modelo DCMS

Publicidad
 Arquitectura
 Arte y mercado de antigüedades
 Artesanía
 Diseño
 Moda
 Cine y video
 Música
 Artes escénicas
 Industria editorial
 Software
 Televisión y radio
 Videojuegos y juegos de computadora

2. Modelo de Textos Simbólicos

Industrias culturales principales
 Publicidad
 Cine
 Internet
 Música
 Industria editorial
 Televisión y radio
 Videojuegos y juegos de computadora

Industrias culturales periféricas
 Artes creativas

Industria culturales fronterizas
 Aparatos electrónicos
 Moda
 Software
 Deportes

3. Modelo de los Círculos Concéntricos

Artes creativas nucleares	Industria cultural ampliada
Literatura	Servicios del Patrimonio
Música	Industria editorial
Artes escénicas	Grabación de audio
Artes visuales	Televisión y radio
	Videojuegos y juegos de computadora
Otras industrias culturales principales	
Cine	Industrias relacionadas
Museos y bibliotecas	Publicidad
	Arquitectura
	Diseño
	Moda

4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor

Publicidad
Entidades de gestión colectiva
Cine y video
Música
Artes escénicas
Industria editorial
Software
Televisión y radio
Artes gráficas y visuales

Industrias que no solo dependen del derecho del autor

Arquitectura
Ropa, calzado
Diseño

Moda
Utensilios domésticos
Juguetes

Industrias interdependientes relacionadas con el derecho de autor

Estudios de grabación
Productos electrónicos de consumo
Instrumentos musicales
Industria papelera
Fotocopiadoras, equipos fotográficos

5. Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO

Industrias en ámbitos culturales fundamentales

Museos, galerías y bibliotecas
Artes escénicas
Festivales
Artes visuales, artesanía
Diseño
Industria editorial
Televisión, radio
Cine y video
Fotografía
Medios de comunicación

Industrias en ámbitos culturales ampliados

Instrumentos musicales
Equipos de sonido
Arquitectura
Publicidad
Equipos de impresión
Software
Hardware audiovisual

6. Modelo de Americanos por las Artes

Publicidad
Arquitectura
Escuelas de arte y servicios
Diseño
Cine
Museos, zoológicos
Música
Artes escénicas
Industria editorial
Televisión y radio
Artes visuales

Fuente: PNUD, 2013:22

También es relevante el modelo de clasificación que el economista David Throsby propuso, en donde la expresión cultural principal es el núcleo e incluye la literatura, la música, las artes escénicas y las artes visuales. Posteriormente está el círculo de otras industrias creativas principales (cine, museos, galerías y bibliotecas, y fotografía). Después posiciona a las industrias culturales ampliadas y al último las relacionadas, como se observa en la imagen 2.

Imagen 3.- Modelo de círculos concéntricos de Throsby



Fuente: PNUD, 2013:23

Por otro lado, la Work Foundation propone otro modelo de círculos concéntricos, en el cual al núcleo le llama ámbitos creativos básicos, donde se generalizan los productos con valor creativo y que estén relacionados con derechos de autor.

Imagen 4.- Modelo de los círculos concéntricos con ajustes terminológicos de la Work Foundation:



Fuente: Work Foundation, citado en Flew, T. (2012)

Fuente: PNUD, 2013:24

Como vemos el gran ausente dentro de estas clasificaciones es el turismo, lo cual se debe a que puede considerarse no tanto como una industria cultural por sus propios méritos sino como usuaria de los productos de otras industrias dentro del sector cultural como las artes interpretativas, museos y galerías, lugares históricos, entre otros. En el nivel local y regional, estas industrias culturales pueden estar estrechamente vinculadas al turismo, ya que suministran a la industria turística una serie de productos y a la vez dependen en mayor o menor medida de los turistas para su subsistencia económica (Throsby, 2008: 181-182).

En el capítulo anterior ya mencionamos la importante relación que hay entre el turismo y la cultura, y la forma en que se retroalimentan. En un sentido todavía más concreto, ambos términos se funden en el nicho de mercado que se conoce como turismo cultural, cuyas características (que lo hacen diferente al turismo como tal) son que es de bajo volumen y

costo elevado, y se ajusta a las demandas individuales. Por ejemplo: las visitas específicas a festivales culturales o lugares históricos, o viajes más largos centrados en un tema cultural. (Throsby, 2008: 182).

Existen otras metodologías muy empleadas internacionalmente, como la sugerida por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) para las Industrias de Derecho de Autor. Por ahora sólo mostraremos su clasificación, más adelante abordaremos a la OMPI y lo que significan las industrias de Derecho de Autor. En la imagen 5 se observa que la Organización divide en cuatro jerarquizaciones a las ICC: básicas, interdependientes, parciales y de apoyo.

Imagen 5.- Metodología de la OMPI para las Industrias de Derecho de Autor.

Básicas	Interdependientes
<ul style="list-style-type: none"> ●Prensa y literatura. ●Música, producciones de teatro y ópera. ●Películas y videos. ●Radio y televisión. ●Fotografía. ●Bases de datos de software. ●Artes visuales y gráficas. ●Publicidad. ●Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Equipos de televisión, radios, videograbadoras, reproductores de CD, DVD y casete, equipo para juegos electrónicos y equipo similar. ●Computadoras y equipos. ●Instrumentos musicales. ●Equipo de fotografía y películas. ●Material de grabación. ●Papel.
Parciales	De apoyo
<ul style="list-style-type: none"> ●Vestido, textiles y calzado. ●Joyería y monedas. ●Otras artes y manualidades. ●Muebles. ●Bienes para el hogar, porcelana y vidrio. ●Tapicería y alfombras. ●Juguetes y juegos. ●Arquitectura, ingeniería y topografía. ●Diseño interior. Museos. 	<ul style="list-style-type: none"> ●Ventas generales al mayoreo y menudeo. ●Transporte general. ●Telefonía e internet.
Fuente: DNDA y OMPI (2008)	

Fuente: Alonso, 2010: 14

También se mencionó la metodología sugerida por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS), que mostramos desglosada en la imagen 5.

Imagen 6.- Sectores creativos en la medición del Reino Unido

Sectores DCMS	Sectores relacionados
●Publicidad	●Artes visuales
●Arquitectura	●Fotografía
●Mercados de arte y antigüedades	●Museos y galerías
●Juegos de video y computador	●Turismo cultural
●Artesanías	●Patrimonio cultural
●Diseño	●Deportes
●Diseño de modas	
●Cine y video	
●Música	
●Artes escénicas	
●Edición y publicación	
●Software	
●Televisión y radio	

Fuente: DCMS (2001)

Fuente: Alonso, 2010:17

Por otro lado, según David Hesmondhalg, las industrias culturales principalmente se relacionan con la producción industrial y la difusión de textos. Se diferencian de los otros bienes manufacturados por su interacción e interconexión compleja entre ellas, por lo que su sistema de producción está ligado; y por la competencia entre ellas por grupos limitados de ingresos del consumidor, de publicidad, de tiempo, de consumo y por tener mano de obra altamente calificada en técnica y creatividad (Hesmondhalg; citado en Piedras, s/f-A).

Para Hesmondhalg las industrias culturales se clasifican en:

- Publicidad y mercadotecnia (orientados a la creación de textos).
- Radiodifusión y televisión
- Industrias cinematográficas
- Industrias de internet
- Industrias musicales
- Publicaciones impresas y electrónicas
- Juegos de video y computarizados (Hesmondhalg; citado en Piedras, s/f-A)

De la clasificación que sigamos dependerán los resultados obtenidos a la hora de contabilizar la importancia económica de las industrias culturales y creativas. En general todas las que mencionamos tienen en común el hecho de la jerarquización en cuanto a relación directa con la cultura, es decir, hay algunas industrias que no son como tal culturales, pero que están relacionadas de alguna u otra forma con las que sí lo son. Por ello algunas de las metodologías hablan incluso de deportes o telefonía, por ejemplo.

Se debe tener cuidado en este sentido, pues si se toman en cuenta estas industrias relacionadas, de apoyo o secundarias, según la clasificación tomada, se puede caer en la sobrevaloración del papel de la cultura en la economía, a través de duplicidades de cálculo.

Si bien la importancia de reconocer a estas otras industrias está en que, efectivamente las ICC principales tienen un impacto positivo en ellas, y se generará un círculo virtuoso de retroalimentación que indudablemente repercutirá en la economía de una nación.

Estos nexos son vitales para que las ICC funcionen y alcancen el peso económico que llegan a tener. Sin embargo, debemos tener presente cuáles son las industrias que efectivamente trabajan en el ámbito de la cultura (sector cultural) y que con la debida atención se pueden convertir en un factor sumamente importante para el desarrollo de un país.

d) Comercio de Bienes y Servicios Culturales y Creativos

Es útil reconocer que los productos culturales comparten características con los demás bienes y servicios, pero su comportamiento en el mercado será diferente puesto que, a diferencia de los otros, su valor gira en torno al contenido simbólico.

“En la producción cultural, incluso de masas, hay algo que está relacionado con la esencia de la cultura y que hace que no sea industrializable. Aunque el producto cultural sea una mercancía desde el punto de vista de su promoción, de su distribución y de sus modalidades de venta, esa mercancía no es como las demás, y las leyes de la acumulación del capital no se aplican en el caso de la cultura como se aplican en otros campos” (Girard, 1982:43; citado en Anverre, 1982).

La variedad, la diversificación y la multiplicidad son atributos esenciales de los productos culturales, por lo tanto, la elasticidad de la demanda tenderá a ser muy pequeña en todos los precios. Este carácter no repetitivo de la demanda lleva a una inestabilidad relativa entre tipos de productos culturales, como los programas de televisión, las películas, las grabaciones sonoras, la asistencia a museos, etc. Al ser inestable la demanda, la producción de bienes culturales se convierte en una actividad económica de mucho riesgo (Breton, 1982:49-50; citado en Anverre, 1982).

Pero, ¿en qué radica la creciente importancia de estudiar los bienes y servicios culturales y creativos en su comportamiento en el mercado? Las cifras oficiales pueden sostener este tipo de investigaciones, pues el comercio de bienes culturales se duplicó en el período de 2004 a 2013 a pesar de la recesión económica mundial y un desplazamiento masivo del consumo de películas y música hacia servicios de Internet (ONU, 2016).

De hecho, el PNUD afirma que “el comercio mundial de productos creativos se ha más que duplicado de 2002 a 2011. La tasa media de crecimiento anual durante este periodo fue de 8.8%. El crecimiento de las exportaciones de los países en desarrollo fue todavía mayor, alcanzando en el periodo una media de 12,1% anual” (PNUD, 2013: 156-159).

Para entender el comportamiento del mercado, en este caso cultural, es importante conocer su forma y contenido. La estructura de mercado en que las ICC se mueven, se caracteriza por tener la forma de oligopolio, es decir, un pequeño número de grandes corporaciones que producen la gran mayoría de los productos culturales comerciales y los distribuye al resto del mundo (Piedras, s/f-A).

Ahora, por el lado de las ramas de la producción de las industrias culturales, seguiremos la línea clásica de que son cinco: etapa de creación, etapa de edición y producción, etapa de fabricación, etapa de distribución y etapa de la comercialización con el público (Tolila, 2007:46-47). Claramente no difiere de la producción de cualquier bien industrial, más que en el proceso mismo de las etapas y la forma en que estas se combinan.

La doctrina económica clásica también vincula la estructura vertical de las compañías al tamaño del mercado porque cuando surge una industria, por lo general, el tamaño del mercado es muy pequeño para tolerar las compañías especializadas en cada etapa del proceso del ramo (Stigler, 1951). Cuando las oportunidades de mercado se van desarrollando, la existencia de las compañías especializadas es posible gracias a la lógica de especialización de la función y su viabilidad; para entonces se producen fenómenos de desintegración vertical en el ramo considerado. Las industrias culturales no son la excepción a esta regla, pero hay numerosos movimientos entre los actores de cada etapa (Tolila, 2007:49).

Goerges Stigles denominó *oligopolio de la franja* al hecho de que el sector de las industrias culturales se ha estructurado por dominación de las grandes empresas, alrededor de las cuales vive y actúa toda una infinidad de pequeñas empresas. Siguiendo a Tolila: “el oligopolio de franja es la estructura dominante en las industrias culturales, en donde la estructura oligopólica va acompañada de una multitud de empresas independientes” (Tolila, 2007:52). Así que la libertad para entrar en el ramo existe sobre todo en las etapas en las cuales la dominación de las principales empresas no puede desarrollarse de forma absoluta. Por lo tanto, la diferenciación característica de los productos culturales, da una ventaja competitiva a la pequeña empresa.

Tolila menciona dos efectos que se dan en el sector de las industrias culturales, detectados por economistas, que surgen a partir de la dominación de la distribución de ciertas empresas: el efecto moda y el efecto reserva.

El efecto moda consiste en la búsqueda especulativa de talentos con el propósito de elaborar productos rápidamente obsoletos y olvidados por los consumidores, como es el caso de la mayor parte del sector musical, donde el 80% de las ventas se realiza en el primer mes de su estreno, y en el cine, donde el 90% de los ingresos se obtiene en los cuatro meses posteriores al estreno. El efecto de reserva se produce porque las empresas en las industrias culturales conservan los derechos sobre las obras por un largo periodo, lo que les permite incursionar en mercados secundarios y en la reedición del producto (Tolila, 2007:53).

En estos casos las empresas grandes cuentan con una clara ventaja competitiva en el mercado, que las anclaría como líderes internacionales. Las empresas de menor tamaño comienzan a ver estos efectos como deseables, en virtud de las posibilidades de crecimiento, por lo que las acciones que realicen estarán encaminadas muchas veces a conseguirlos.

La influencia por dominar un mercado se ejerce a través de la promoción y la exportación de modelos culturales nacionales mediante la formación, la educación y las formas de administrar. Las industrias culturales y los diferentes sectores relacionados se han convertido en vectores esenciales de estas estrategias de influencia (Tolila, 2007:181-182).

Desde la perspectiva internacional, Estados Unidos tiene una gran supremacía en las industrias culturales a nivel mundial. Tan sólo por citar un ejemplo, para el año 2000 las ventas del cine fueron 15 veces más elevadas que las de España, lo que significó que España sólo satisfizo las necesidades del 10% de su mercado nacional. Esto es algo conocido del sector cinematográfico, en el cual, según la UNESCO, el 85% de las películas exhibidas en las salas de cine mundial se producen en Hollywood (Tolila, 2007:59).

Ahora refiriéndonos a las industrias creativas, la UNCTAD ha arrojado cifras de crecimiento del mercado de bienes y servicios creativos que son muy alentadoras respecto a su cada vez más importante papel dentro el desarrollo económico. El comercio internacional de las industrias creativas ha mostrado un crecimiento sostenido desde la última década que llegó en 2012 a la cifra record de \$547 billones de dólares, comparado con la cifra de 2003 que fue de \$302 billones de dólares. Dentro de estos datos, destaca que las exportaciones de los países en desarrollo (liderados por los asiáticos) crecieron más rápido que las de los países desarrollados.

Dentro de los países desarrollados, Europa es la mayor exportadora de bienes creativos, en 2012, sus principales exportadores fueron Alemania, Francia, Suiza, Holanda y Bélgica. En general en los países desarrollados, para el periodo 2003-2012 crecieron sus exportaciones de bienes y servicios creativos de \$134 billones a \$197 billones de dólares.

Dentro de los países en desarrollo, China fue del principal exportador de bienes creativos, junto con Hong Kong, India, Turquía y Corea del Sur. Para el mismo periodo, las economías en desarrollo incrementaron sus exportaciones de bienes creativos de \$87 billones a \$272 billones de dólares, por lo que claramente están jugando un papel primordial en el crecimiento general de las industrias creativas (UNCTAD, 2015).

En general la economía creativa no está sujeta a fronteras, sino que está vinculada a complejas redes y flujos de personas, ideas, recursos y productos (PNUD, 2013:99). Como en otros sectores donde el capital humano es la fuente primaria de valor, la circulación de cerebros (como lo llama el PNUD) es algo común, y que impulsa el crecimiento por la cultura del país de origen y la del país destino. Esta migración de trabajadores culturales, por lo general se habla entonces de *circulación* y no *fuga* de cerebros, puesto que su propósito es internacionalizar los bienes y servicios culturales respetando el lugar originario.

Para abordarlas desde una visión realista, debemos reconocer que las ICC son intrínsecamente idiosincrásicas y se benefician de las dinámicas de la competencia imperfecta (PNUD, 2013:26).

El hecho de que el acceso a la cultura actualmente se realice masivamente por medio de productos culturales y ya no sólo por el contacto vivo con la creación artística en una escena, es un fenómeno que seguirá creciendo con las nuevas generaciones. Así que cada vez más se debe pensar en el sentido de las futuras acciones para luchar por la cultura a través de la intervención activa de parte del gobierno y de la incidencia en las tendencias actuales, en pro de una mayor atención a las necesidades del sector cultural (Tolila, 2007:67).

Hay muchos impedimentos de diversa índole para la prosperidad de las industrias creativas, los cuales están generalmente relacionados con la presentación, el marketing y la distribución de sus productos (PNUD, 2013:106).

Tolila menciona algunos incluso más difíciles de abordar. Comenta que el sector cultural debe temer a sus principales adversarios, que son la indiferencia, la negligencia, el olvido, palabras utilizadas por Rascón Banda cuando habló del olvido de los derechos de autor en muchas legislaciones nacionales o en el TLCAN, hablando del caso mexicano (Tolila, 2007:191).

Pero los problemas en torno al financiamiento se convierten quizá en el mayor tropiezo de los creadores a la hora de impulsar una industria cultural y creativa (pero más una meramente cultural). Como Piedras reconoce, por siglos las actividades culturales han trabajado con base en donaciones y mecenazgo, sin reconocer y aprovechar el valor económico que ellas mismas generan. Ahora incluso las acciones de beneficencia replican esos esquemas, creando instituciones dependientes de los recursos del exterior que difícilmente se pueden mantener en el largo plazo (Piedras s/f-B).

Es un hecho que el rendimiento de las industrias creativas mejora cuando son estimuladas por los gobiernos, el sistema jurídico y el entorno empresarial (PNUD, 2013: 166). Las deficiencias que se puedan generar en el sector pueden ser compensadas con buenas políticas económicas dirigidas a la cultura, y políticas culturales en sí. Sobre esto ahondaremos posteriormente.

El Libro Verde creado por la Unión Europea en 2010, deja claro su postura respecto a que el apoyo a las industrias culturales debe pasar por la acción permanente a favor de las empresas más frágiles, lo que se traducirá en la necesidad de proveer un mayor sostén a las empresas pioneras del sector creativo (Libro verde, 2010:13) y favorecer la organización en clusters geográficamente anclados en lo local para atraer una masa crítica y beneficiarse de incentivos fiscales y de apoyos diversos provenientes de las comunidades (Moeglin y Tremblay, 2013:70).

Una economía creativa local próspera aumenta la contribución de un factor que no hay que dejar de lado: el relacionado con que ciertas actividades localizadas estén *de moda*, lo que contribuye al atractivo de determinados lugares. La cultura es en la actualidad, además de un ingrediente vital de identidad nacional y branding, una señal de distinción local y una herramienta de proyección internacional (PNUD, 2013:34).

Los gustos de los consumidores, siempre cambiantes, crean un alto grado de incertidumbre en la aceptación de los productos (Libro verde, 2010:12). Hay sin duda una gran cantidad de obstáculos e incertidumbre que pesan sobre la trayectoria de los productos culturales, desde su concepción hasta el consumo, que es a lo que los teóricos de las industrias culturales llaman valorización aleatoria (Moeglin y Tremblay, 2013:70).

El sostén de las industrias creativas implica que, a nivel macroeconómico, las relaciones entre las ICC y las otras industrias deberían ser reforzadas, a favor de la economía en general. Se

debería comprender cómo impulsar la creatividad en otras industrias, el tipo de creatividad que las empresas buscan e implementar los mecanismos para lograrlo (Libro verde, 2010:22).

Si las analizamos como empresas, las culturales y creativas tienen como principal insumo el ingenio humano, la creatividad, además de que están fuertemente ancladas a un mercado local (la mayoría de ellas). Se puede decir, como se indica en el PNUD (2013:112), que parten de una base baja, a pesar de tener una tasa de crecimiento significativa; es por ello que no suelen beneficiarse de las economías de escala que son tan cruciales a la hora de minimizar costos e incrementar las ganancias.

Si se quieren aumentar capacidades a nivel local, entonces se necesita invertir en habilidades, educación, capacitación e infraestructura, así como permitir que las industrias culturales y creativas crezcan y operen en un contexto más amplio. Se requiere de un entendimiento detallado de determinadas formas organizativas, además de oportunidades y desafíos culturales y económicos, y de esta forma centrarse en los recursos en los que tendrán el mayor impacto (PNUD, 2013:112).

Los factores fundamentales involucrados en este proceso giran en torno a tres ámbitos:

-Habilidades. El capital humano es necesario para impulsar la creación de industrias culturales. Las habilidades técnicas, empresariales y de liderazgo son necesarias para su implementación.

-Redes. Implica vincular individuos y comunidades, en los lugares y entre lugares, para que las empresas creativas crezcan a través del escalamiento. Hay tres formas de apoyo para la creación de redes; la primera son edificios y clústeres que sirven como infraestructura central de reunión de trabajadores creativos, la segunda es la creación de redes para servicios financieros, pues las oportunidades para el desarrollo pueden encontrarse como parte de un recurso económico de la comunidad, y por último, las ferias comerciales, eventos de exhibición e incluso festivales, que sirven para que las industrias creativas desarrollen nuevas audiencias y mercados, reuniendo a intermediarios o consumidores con nuevos actores económicos.

-Comunidad. El contexto comunitario permite o restringe la economía creativa, incluyendo a la sociedad civil, la educación (hay pocos programas locales de formación o gestión artística en países en desarrollo, siendo éstos más necesarios que los programas de capacitación internacionales) y las cuestiones relacionadas con el bienestar, pues se deben crear formas por las cuales los artistas puedan garantizar ingresos permanentes pues, los derechos de autor constituyen uno de los medios de sustento, y los sistemas deben ser eficientes (PNUD, 2013).

e) Evolución Tecnológica

A pesar de que hemos puesto en segundo plano a la innovación tecnológica dentro de nuestro estudio, es inevitable mencionarla como el gran motor para la evolución/transformación tanto de las industrias culturales y creativas como de las vías de comercio mundial en general, y de la vida misma.

Las industrias culturales, más que todas las demás, son sensibles a las evoluciones tecnológicas porque la mayor parte del tiempo las innovaciones de la técnica han provocado y condicionado su nacimiento y existencia. Además, la tecnología es la base misma de la posibilidad industrial (Tolila, 2007:68).

La evolución de las industrias culturales ha ido de la mano con las modificaciones en el capitalismo a fines del siglo XX y principios del XXI, alrededor en su estructura, su forma de crear valor y el consumo que la audiencia hace de los bienes simbólicos. Los cambios han sido asegurados por la tecnología de la información y la comunicación (TIC), cuyo desarrollo vertiginoso obedece en parte a la búsqueda de evitar el obstáculo que le representa el tiempo al capital para reproducirse de manera ampliada. En el mundo virtual, aparecen nuevas características para las industrias creativas, tales como los nulos costos de reproducción y bajos costos de distribución que se sostienen a través de la publicidad, además del deslizamiento tanto en la división del trabajo como en la remuneración a los creadores (Toussaint, 2013:51-54; citado en Covi, 2013).

El internet es una herramienta que constituye una oportunidad de desarrollo para las industrias culturales, ampliando su alcance, en el caso de contenidos, y su mercado, en el caso de los bienes y servicios (Piedras, s/f-C). Y es, al mismo tiempo un ámbito en el que se presenta una disputa por el control y uso de los bienes culturales.

Para los bienes y servicios culturales, el acceso a los mercados internacionales es esencial. Para ello las plataformas digitales, con todo y el debate al que puedan estar sujetas, son indispensables para apoyarlas pues se relacionan directamente con los vínculos físicos entre lugares, la movilidad internacional de los trabajadores creativos y las resultantes sociedades plurales.

La lejanía puede ser resuelta mediante el uso de tecnología económica, fomentando el comercio electrónico y produciendo impactos muy significativos para, por ejemplo, músicos y pequeñas organizaciones de arte y artesanías. Las plataformas digitales han permitido minimizado e incluso suprimido el papel de los comerciantes e intermediarios para los productores (PNUD, 2013:102).

La tecnología ha transformado no sólo las relaciones sociales del mercado, sino también los patrones de consumo son ahora más predecibles, pues se han visto determinados más que nunca por los productores. Como menciona Toussaint, es justo la industria la que orienta el consumo y persuade a los usuarios a permanecer fieles a una empresa, marca o contenido (Toussaint, 2013:55-56). Esto permite moldear los intereses culturales de la población, pero también impide la libertad de elección que poseen, acotando su consumo a lo que encuentran disponible, no necesariamente lo que como población necesitan.

La disponibilidad de los materiales en la red atrae a los consumidores más hábiles y se acrecienta la certidumbre en el consumo, ya que se conoce al consumidor y se le ofrece lo que se presupone o sabe va a gustarle. Se evita la sobreproducción y se minimiza el riesgo, el contenido se puede transformar fácilmente. Sin riesgo en la inversión, la rentabilidad está asegurada, pues son los usuarios los que generan servicios, contenidos, redes de intercambio

que las empresas facilitan a través de la tecnología. En la red, las audiencias llegan a niveles muy altos de especificidad, llegando a los individuos y no a las masas (Toussaint, 2013:55-56).

También es importante mencionar que esto conlleva a nuevos retos para las industrias culturales y creativas. Por ejemplo, será inminente la necesidad de cubrir el gasto de la digitalización de los contenidos, adquisición de habilidades, perfeccionamiento de conocimientos, de asuntos complejos como la gestión apropiada de los derechos digitales, etc. (Libro verde, 2010:8).

El rendimiento creciente en las industrias culturales se ha vuelto aún más importante conforme se materializa el efecto del desarrollo de las nuevas tecnologías. Esto se relaciona directamente con el tema de la propiedad intelectual, en un contexto en donde el debate de los derechos de autor o copyright adquiere pleno sentido (Tolila, 2007:71).

f) Propiedad Intelectual y Derechos de Autor

El desarrollo de la economía creativa necesita de un sistema de derechos de propiedad intelectual que añada valor, y facilite el comercio de bienes y servicios culturales, beneficiando a los creadores individuales y a las comunidades creativas. Sólo con esa protección legal, los creadores pueden confiar en que sus obras serán legítimamente utilizadas y que su uso les proveerá de reconocimiento y retribución económica (PNUD, 2013:93).

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el foro mundial en lo relacionado con servicios, políticas e información en materia de propiedad intelectual. Es un organismo de las Naciones Unidas, con 191 Estados miembros y autofinanciado, cuya misión oficial es “promover la innovación y la creatividad al servicio del desarrollo económico, social y cultural de todos los países, por medio de un sistema internacional de propiedad intelectual equilibrado y eficaz” (OMPI, 2018).

Sistema que, en su modelo ideal, deberá estar encaminado a proteger a los creadores de toda índole.

La definición de industrias protegidas por el derecho de autor de la OMPI también va acorde a su modelo de clasificación que las divide en básicas, interdependientes, parciales y de apoyo:

“Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor son aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, distribución y venta de obras y otro material protegido.

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

Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor son aquellas en las cuales una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta.

Las industrias de apoyo son aquellas en las cuales una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, y cuyas actividades no han sido incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor” (OMPI, 2003).

Las expresiones culturales tradicionales, como la artesanía, los símbolos, los diseños y la música tradicional, así como otras expresiones creativas de culturas tradicionales, son bienes históricos, sociales y culturales valiosos de las comunidades que los mantienen, practican y desarrollan. Son bienes económicos que pueden ser usados, comercializados y autorizados para la generación de ingresos y el desarrollo económico. Sin embargo, también son vulnerables a la imitación y a la apropiación indebida (PNUD, 2013:98).

La OMPI ha trabajado en la relación entre expresiones culturales tradicionales arraigadas en la comunidad y su conocimiento y difusión, sobre todo de pueblos indígenas. A esto se ha referido como el resultado de la creación e innovación por un creador colectivo, que es la comunidad (PNUD, 2013:96-97).

La propiedad intelectual se puede aplicar a múltiples situaciones económicas, incluyendo a los derechos de autor, patentes, marcas, modelos industriales y hasta indicaciones geográficas. Es decir, si viéramos el tema explicado con un diagrama, los derechos de autor serían sólo uno de los círculos dentro del universo llamado propiedad intelectual.

Si bien es indispensable reflexionar al respecto para la prosperidad de los bienes y servicios culturales, hay situaciones en las que un marco legal no es suficiente. Este marco debe poseer un sentido general para no convertirse en otra manera de despojo del capital para la sociedad que demanda el libre acceso a la cultura. Sólo así podrá ser un igualador social que no reproduzca un modelo de consumo suntuario para determinado estrato social.

Este marco ha sido fundamental para las políticas de la industria creativa de los países ricos, pero no está diseñado para proteger muchos tipos de proyectos creativos no industriales, como la danza o el diseño textil (PNUD, 2013:26). En México se han dado muchos casos de plagio en los diseños de artistas o artesanos, justamente por esta falta de leyes reguladoras.

La propiedad intelectual y los derechos de autor se relacionan directamente con uno de los problemas centrales para todo proceso de la economía cultural, la remuneración de los artistas y de los autores, porque gracias a esta remuneración pueden vivir y pretender proseguir con sus actos creadores (Tolila, 2007:75). Para que esta remuneración pueda existir y tenga la posibilidad de ser justa, es necesario que se apliquen las normas de derecho de autor. Es la forma en que la sociedad reconoce el trabajo creativo del artista (ya sea escritor, escultor, músico, etc.) y lo incentiva a continuar creando. Si un país no cuida estos aspectos, difícilmente los artistas podrán vivir de su creatividad, y por lo tanto las industrias culturales y creativas no aportarán a la economía nacional.

Muchos países han optado por incluir compromisos específicos sobre la propiedad intelectual en tratados de libre comercio y acuerdos internacionales de inversión para proporcionar una base legal para el comercio y la inversión en bienes y servicios culturales. Esto posibilita diversos procesos, tales como el mejoramiento del valor económico y los canales de distribución de obras creativas y culturales; la creación de nuevas oportunidades para la innovación cultural; y el garantizar los derechos de propiedad de los creadores, asegurando la llegada de beneficios directos (PNUD, 2013:93).

Siguiendo a Tolila, destacan dos escuelas filosóficas en el tratamiento de la propiedad intelectual y artística. Uno es el modelo francés (el de derecho de autor), el cual se basa originalmente en la ley de 1957 sobre propiedad intelectual y artística, que desde 1992 es el Código de la propiedad intelectual. En este modelo la noción de autor se extendió a todos los creadores, en términos jurídicos todas esas personas pueden hacer valer sus derechos de autor, además de ser también construidos como derecho moral y económico exclusivo.

El otro es el modelo anglosajón llamado copyright que, a la inversa del modelo francés, atiende al artista y sobre todo a los productores con quienes se vinculan los artistas a través de contratos. La existencia del derecho moral es reducida en este caso, y también el copyright requiere de registro, como la patentes.

La diferencia fundamental se debe a que, en el modelo francés, el derecho se vincula a una persona física (el autor o sus herederos) directamente relacionado con el acto creativo, mientras que en el copyright el derecho se vincula más al productor o al editor, es decir la persona moral, un monopolio legal cedido a un inversionista que considera a los derechos de autor como una mercancía (Tolila, 2007:76-77).

Es claro que el modelo de derecho de autor funciona más como incentivo creativo que el modelo copyright, el cual puede ayudar a la formación de monopolios en las ICC. En el caso de México los cambios adoptados a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, en 1994, favorecieron al modelo copyright.

Al respecto Víctor Hugo Rascón Banda afirma que:

“En México, a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos, en el que se incluyó un capítulo de propiedad intelectual, fueron reformadas varias leyes para adecuarlas al sistema legal estadounidense, entre ellas la Ley Federal del Derecho de Autor, que incluyó algunos principios del copyright anglosajón que rompen con el sistema del derecho de autor originado en Francia y vigente en los países de Iberoamérica. Mientras Canadá se reservó la inclusión de la cultura en el TLC, México no hizo lo propio y las industrias culturales están incluidas a través del capítulo mencionado. Los países de Latinoamérica deben seguir el ejemplo de Francia y Canadá, llegado el momento de las negociaciones de Acuerdo de Libre Comercio, hacer la reserva correspondiente” (Rascón citado en Tolila, 2007:78)⁵

5 Se pueden consultar todas las leyes relacionadas a la propiedad intelectual en México en la siguiente liga: <http://www.wipo.int/wipolex/es/profile.jsp?code=MX> y para ver el listado de acuerdos sobre Propiedad Intelectual recientes en México véase la tesis “Las normas actuales sobre propiedad intelectual como factor determinante de la inversión de países en desarrollo

El tema del TLCAN se retomará en el capítulo dedicado al caso mexicano. Por ahora veamos que, al ser un país en vías de desarrollo, el adoptar el modelo anglosajón hace que los creadores queden a expensas de las grandes industrias generalmente transnacionales. Esto además acota las oportunidades para nuevos artistas pues México es propenso a que el medio cultural se mueva por influencias personales.

Por ello “es necesario un enfoque político diferente, ciertamente creativo, para un compromiso eficaz con este sector” (Lobato, 2012; citado en PNUD, 2013:28). Se debe trabajar en un marco legal que favorezca el surgimiento de nuevas industrias culturales y creativas, y el crecimiento de las existentes. Es de suma importancia que estas reglas estén siempre actualizadas y pensadas en la sociedad de cada país, para que así puedan proveer un contexto favorable para la creatividad y para la creación misma.

Según Bharucha (2010) como una buena parte de la producción cultural es transitoria al estar diseñada para el consumo inmediato (como las ceremonias), la creatividad en esos casos no puede ser enmarcada en términos de propiedad intelectual. Esto a pesar de que la cultura es más bien atemporal. En general al hablar de ello, se complican las premisas neoclásicas de la economía como reguladora de las transacciones cotidianas de las culturas (Bharucha, 2010; citado en PNUD, 2013:26).

Sin embargo, los derechos de propiedad intelectual hacen más notable el potencial del desarrollo local de la cultura, así que las políticas de desarrollo no pueden ignorar el poder transformativo de la combinación de derechos de autor, cultura y economía creativa. De hecho, en la Agenda de Desarrollo adoptada por la OMPI en 2007, se subraya este vínculo entre propiedad intelectual y desarrollo (PNUD, 2013:93).

Otro factor que influye en este potencial de la propiedad intelectual y de los derechos de autor en específico, es que su capacidad para innovar y exportar, es extraordinariamente resistente frente a condiciones de recesión en la economía global (PNUD, 2013:97).

g) Estadísticas Culturales

Un gran obstáculo que muchas veces impide a los países dar la atención necesaria a las ICC, es la falta de evidencia estadística de que pueden funcionar en su conjunto como motor de desarrollo, y por lo tanto, evidencia de que el sector realmente merece un incremento en la inversión pública. Esto ha sido hasta el momento difícil de solucionar, pues como indica el PNUD, las estadísticas culturales son casi siempre irregulares y poco fiables, así que las grandes industrias creativas en el mundo en desarrollo a menudo tienen poca visibilidad en discusiones político-culturales internacionales (PNUD, 2013:28).

en la economía global, 2000-2012. (José Ma. Domínguez Marín 2014, Facultad de Economía, UNAM)

Entre los organismos internacionales que cuentan con diversos programas de estadísticas culturales están la OMPI y la UNESCO, ambos pertenecientes a la ONU. Estudios de todo el mundo toman los modelos de clasificación propuestos por dichas organizaciones al momento de arrojar datos.

Como ya vimos, la metodología de la OMPI, y por tanto sus estadísticas, distinguen cuatro grupos distintos de industrias de derecho de autor en función del nivel de dependencia del material de derecho de autor: industria central, interdependiente, parcial y de apoyo.

Por otro lado, el Sector de Cultura de la UNESCO ha desarrollado una rápida herramienta de evaluación destinada a demostrar, mediante hechos y cifras, la contribución multidimensional de la cultura a los procesos de desarrollo nacional. La metodología de los Indicadores de Cultura para el Desarrollo (UICD) de la UNESCO, es flexible y adaptable a las necesidades nacionales y a los datos disponibles. Esta iniciativa se desarrolló e implementó en 11 países gracias al apoyo del gobierno español.

También existe el programa de estadísticas culturales del Instituto de Estadística de la UNESCO (IEU), que apoya el desarrollo de estadísticas culturales a nivel mundial, a través de tres elementos de programa distintos:

- La recopilación y difusión de datos culturales seleccionados e internacionalmente comparables
- El desarrollo de metodologías y normas que aportarán directrices a los países para respaldar el avance de las estadísticas culturales
- La aportación de apoyo técnico y formación para la mejora de la capacidad estadística nacional en materia de estadísticas culturales (PNUD, 2013:165- 170).

En el apartado dedicado a los sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas del presente capítulo pudimos observar qué es lo que la UNESCO y la OMPI están incluyendo en sus mediciones y cómo se desglosa.

Además de apoyarse en estos organismos internacionales, cada país debe mantener un sistema de cuentas nacionales donde la cultura tenga lugar. Mantener actualizadas y completas en lo posible las estadísticas culturales, permitirá una mejor toma de decisiones a nivel micro y marco, basada en el análisis de la información existente.

Como Heilbrun explica, la importancia de conocer el tamaño y la tasa de crecimiento de la industria del arte va más allá de la curiosidad, son indicadores del estado de la sociedad. Si crece rápido pensaremos que está mejor que si crece lento o no crece en absoluto (Heilbrun, 2001:11).

Remontándonos a los orígenes de las estadísticas culturales, podemos ver que el estudio pionero de la contribución de las industrias de derechos de autor al PIB, fue realizado en Estados Unidos por Economists Incorporated y la Alianza Internacional para la Propiedad Internacional (IIPA) en 1990 y se realiza hasta la fecha. En el 2004 ellos fueron los primeros en adoptar los lineamientos de la Guía de la OMPI.

Posteriormente la Unión Europea publicó en el 2003, con 15 Estados miembros, un estudio de las industrias protegidas por el derecho de autor con base en datos del año 2000, en donde se realiza una medición de las industrias básicas, dependientes y relacionadas del derecho de autor. Esas mediciones no fueron hechas con base en la Guía de la OMPI, puesto que aún no existía, pero los métodos y categorías utilizados en el estudio son consistentes con las categorías sugeridas en esa guía (Alonso, 2010:10).

Dependiendo el país se realizan mediciones adicionales con algunas adecuaciones según las estadísticas nacionales. Por ejemplo, la medición del peso del sector cultural en el valor agregado más reciente en España, propone una metodología para medir tanto industrias protegidas por el derecho de autor, como las industrias culturales. Las industrias culturales consideradas son archivos y bibliotecas, libros y prensa, artes plásticas y escénicas, cine y video, televisión y radio, y música grabada; y en el caso de las actividades vinculadas a la propiedad intelectual, se incluyen, además, informática y publicidad (Ministerio de Cultura de España, 2007, citado en Alonso, 2010: 10).

i. ¿Para qué medir la cultura?

Recordemos que cuando hablamos de cultura nos estamos refiriendo al término en su acepción más adjetiva que sustantiva. Es decir, donde caben los bienes culturales, instituciones culturales, industrias culturales y el sector cultural de la economía. Entonces, primero que nada, **¿qué es lo que se puede medir?** Pues todo lo que entre en esas categorías, lo que, por supuesto requiere usar como base alguna clasificación de la economía cultural, como la que se mencionó en el capítulo 1 (basada en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO) o clasificación de las industrias culturales y creativas, como las mencionadas al inicio de este capítulo.

La economía cultural, siguiendo a la UNESCO, abarca ámbitos culturales y a partir de estos, ámbitos relacionados. Así existen estadísticas que se dividen en patrimonio cultural y natural, presentaciones artísticas y celebraciones, artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios de comunicación interactivos y audiovisuales, y diseño y servicios creativos. Dentro de la economía cultural también se llega a ocupar la medición del turismo y los deportes y recreación, esto como ámbitos relacionados con los culturales.

Por ejemplo, la Cuenta Satélite de la Cultura en México (sobre la que hablaremos más adelante) declara que, si bien la cultura no es cuantificable como conjunto de costumbres, tradiciones, creencias y valores, sí lo son las prácticas y comportamientos asociados a la misma, a través de los flujos económicos generados por las actividades que conforman el sector y que vinculan a diferentes agentes económicos (INEGI, 2018: 239).

Para hacer una medición de la cultura también podemos abocarnos únicamente a lo que se refiere a las industrias culturales y creativas. Basándonos en la clasificación del Instituto de Estadísticas de la UNESCO, vemos que lo que se puede medir es el impacto que tienen los museos, las galerías, las bibliotecas, las artes escénicas, los festivales, las artes visuales, las artesanías, el diseño, las industrias editoriales, la televisión, la radio, el cine, la fotografía y

los medios de comunicación, en un país, lo que en conjunto forman las industrias en ámbitos culturales fundamentales. Este impacto puede verse desde la perspectiva económica y social (entre muchas otras posibles), siendo medible, por lo tanto, el impacto reflejado en el desarrollo económico.

En la medición de las ICC también se pueden incluir otras industrias que, si bien no pertenecen únicamente a ámbitos culturales, sí están relacionados con estos, son lo que la categorización de la UNESCO llama industrias en ámbitos culturales ampliados. Es decir, también podemos medir la cultura con estadísticas (que reflejen impactos económicos y sociales) tan amplias que incluyan hasta instrumentos musicales, equipos de sonido, la arquitectura, la publicidad, los equipos de impresión e incluso el software y hardware.

Así que las posibilidades son muchas cuando queremos observar a la cultura a partir de sus estadísticas. La cultura es medible y por tanto es objeto de análisis económico. Dependerá de cada país el elegir una clasificación que se adapte a las características de su sector, de manera que le puedan ser más útiles a la hora de contabilizar la *cultura* (de nuevo, en su acepción adjetiva).

Tomando esto en cuenta, entonces, **¿para qué sirve la medición de la cultura en términos económicos? ¿Por qué nos debe interesar que nuestro país cuente con un sistema de estadísticas culturales completo y actualizado?**

Recordemos que la cultura ha demostrado ser un sector económico con un rápido crecimiento, mucho mayor al promedio de los demás (de casi 9% anual desde el año 2002) (PNUD, 2013:10). Esto lo hace uno de los sectores más dinámicos y con potencial de generar externalidades positivas que orienten el crecimiento económico de un país hacia la misma dirección. Esta capacidad se potencializa aún más en países en desarrollo, en donde el crecimiento de exportaciones de bienes creativos ha sido incluso mayor, llegando al 12% anual (PNUD, 2013:10).

Este crecimiento no es lo único que lo hace objeto de atención, sino que por las características únicas con las que cuentan los bienes y servicios culturales (a partir de su contenido simbólico), se convierten en un factor de importante aportación al desarrollo económico. La cultura es una inversión de la que un país no debe prescindir, no debe verse como un simple rubro de costos, pues aporta a la economía y desarrollo nacional más de lo que a ella se le destina.

Por eso es indispensable que se cuente con un sistema estadístico que muestre el crecimiento del sector, de manera que los hacedores de políticas cuenten con la mayor información posible a la hora de tomar decisiones. Un acceso libre a estadísticas culturales completas y actualizadas, también será crucial para que la ciudadanía pueda aportar con estudios e interpretaciones que den lugar a una conciencia cultural colectiva.

Las ciudades y ciudades-región han sido grandes focos de atención respecto al potencial que poseen como motores económicos y culturales. Estudios de caso han demostrado que ésta situación se intensifica en los países en desarrollo, quienes cuentan con economías creativas dinámicas y de rápido crecimiento (PNUD, 2013:84).

No obstante la utilidad y necesidad de medir la cultura, debemos tomar en cuenta que las estadísticas culturales difícilmente abarcarán todo, pues buena parte de lo que aporta la cultura a una sociedad no se puede medir en términos económicos, sobre todo lo referente al desarrollo humano.

Ya hemos mencionado que el crecimiento de las industrias culturales y creativas a nivel mundial ha sido mayor que el de los demás sectores, lo que ha sido medido principalmente a partir del nuevo milenio. Pero esto se preveía, sobre todo en Europa, desde inicios de los noventas.

Tolila (2007:93-94) hace una recapitulación de los estudios que denotan esta creciente importancia, Una nota de la Presidencia de la Comisión Europea indicaba, ya en 1993, que muy pronto la cultura representaría de 3 a 5% del PIB de los países europeos. Para 1998 una compilación de los trabajos existentes sobre los empleos en el sector cultural en Europa permitió a la Comisión afirmar que el volumen de los empleos del sector representaba el 2.2% de la población activa ocupada total. Después en 2004, la Eurostat calculó el promedio del empleo del sector cultural en 2.56% de la población activa europea, con 3.9 millones de empleos (tiempo completo) y tasas de empleo en este sector entre 2% y 3% dependiendo del país.

ii. Cuentas Satélites

Las cuentas satélites son ejercicios de contabilidad nacional que están articulados al Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) que permiten estudiar el comportamiento de un sector en mayor detalle. Así, las cuentas satélites proveen un marco ligado a las cuentas centrales y permiten, en el contexto de las cuentas nacionales, centrar la atención en determinado campo o aspecto de la vida económica y social (United Nations Statistics Division, 2003: citado en Alonso, 2010:12).

Ernesto Piedras, economista mexicano, define a la Cuenta Satélite (en general) como una serie de herramientas estadísticas que permiten estudiar a detalle un sector económico en particular, analizando su relación con algunas de las principales variables macroeconómicas como lo son la contribución al Producto Interno Bruto, las exportaciones o el personal ocupado. Su nombre deriva de que esta metodología permite vincular una medición con el esquema central de contabilidad nacional, permitiendo analizar sectores específicos y generar información valiosa para el diseño e implementación de políticas públicas (Piedras, 2015).

Por lo tanto, una Cuenta Satélite de Cultura, es un sistema contable que permite registrar transacciones realizadas por agentes económicos culturales en un país; es una metodología consistente y replicable que permite explorar el comportamiento de las actividades culturales. La medición del impacto de la cultura y su participación en la economía de un país involucra desde grandes empresas transnacionales hasta el impacto que genere un artesano. A estas mediciones también se suma la producción intermedia de insumos, por ejemplo, el papel y la tinta para la industria editorial o los materiales utilizados por artistas plástico (Piedras, 2015).

De acuerdo con el Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélites de la Cultura en Latinoamérica, existen siete principios fundamentales que corresponden a las

cuentas satélites culturales. Entre estos se encuentran la determinación de principios, definiciones y clasificaciones, de flujos de comercio exterior, gasto total de la cultura, establecimiento de procesos para financiación del consumo creativo y elaboración de mecanismos para el intercambio de productos culturales (Piedras, 2015).

México también cuenta con su Cuenta Satélite de la Cultura, de creación muy reciente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en conjunto con el Consejo Nacional de las Artes (Conaculta). Sobre ella hablaremos más adelante.

h) Industrias culturales y creativas en el desarrollo económico

Las ICC pueden contribuir de manera importante al desarrollo económico de los países, pero su grado de influencia depende del contexto económico, político y social nacional, así como de su papel en el entramado de la economía global.

En el Informe sobre Economía y Cultura 2010 se expresa que “como motor de desarrollo, la creatividad y cultura son reconocidas por el valor económico que las industrias culturales y creativas generan en términos de creación de empleo, y por los modos en que estimulan la aparición de nuevas tecnologías o ideas creativas” (PNUD, 2013:17). Esta capacidad que tienen las ICC de aportar valor a la economía nacional puede banalizar la creación estética y cultural, pues el valor económico no siempre coincidirá con los estándares de valor estético y cultural de una u otra sociedad. Aquí nos enfrentamos a lo subjetivo del arte, por ejemplo.

Los productos de las ICC tienen una carga simbólica e ideológica en modos que la mayoría de productos no tienen, y generan cuestiones políticas y sociales específicas que las otras industrias no plantean. Generan beneficios que no se miden únicamente por los precios de mercado, sino que más bien afirman la identidad cultural distintiva de cada lugar en los que se desarrollan. Además, se agrupan mejorando las condiciones de vida y aumentando el prestigio y el mejoramiento de la imagen local (PNUD, 2013:17).

Las economías en desarrollo muchas veces están en desventaja comercial frente a los demás países por el proceso de globalización. Esto aplica igualmente para el caso de los bienes y servicios culturales, pues la apabullante competencia puede mermar el valor internacional que producen las ICC locales, aunque para el país en cuestión sean industrias con alto valor en su economía nacional.

Tomaremos el ejemplo de la industria musical que utiliza David Throsby. Aunque la música puede contribuir de manera destacada a la vida económica en los países en vías de desarrollo como una importante industria de la economía nacional, no es posible evaluar su papel sin hacer referencia a la influencia que ejerce sobre ella la industria mundial de la música. Para evitar condiciones desfavorables para los creadores musicales, es recomendable un régimen más estricto de derechos de autor que pueda garantizar una compensación adecuada para ellos, no sólo en los países en vías de desarrollo, sino en todo el mundo (Throsby, 2008: 180-181).

Dentro de los países, el papel de la cultura ha quedado más claro en contextos urbanos, donde los esfuerzos para el impulso de las ICC son cada vez mayores. Esto se puede deber a la cantidad y tipo de población, el grado de estudios, la edad promedio, las condiciones económicas, la situación del transporte, tiempo libre, entre otros. Es claro que en las zonas rurales hay otras prioridades y las actividades económicas son de naturaleza diferente. Esto también varía entre países dependiendo del grado de desarrollo.

La creciente importancia urbana de la cultura ha sucedido conforme aumenta la preocupación en todas partes del mundo por el crecimiento incesante de las ciudades y por los problemas económicos, sociales y medioambientales que acompañan al crecimiento. El interés se ha ampliado para abarcar cuestiones más generales del tejido cultural urbano, los valores comunitarios y el replanteamiento del diseño urbano considerando el ámbito medioambiental e intentando ser culturalmente sensatos (Throsby, 2008: 174-175)⁶. La gentrificación es un fenómeno urbano que se acentúa conforme este interés social por lograr un ámbito cultural *ideal* crece, pues la oferta cultural es uno de los factores que llevan a la concentración de población con características particulares, que generalmente giran alrededor de un alto grado de estudios.

Además de la importancia de las poblaciones urbanas, se generan clústeres muchas veces en zonas rurales. El lugar es un componente clave del producto y una garantía de su autenticidad y calidad simbólica, los certificados de origen geográfico se vuelven especialmente importantes en países en desarrollo. En general se puede decir que la aglomeración a gran escala fomenta la aparición de localidades creativas.

La cultura es un ejemplo claro de actividades con rendimientos crecientes a escala tanto por sus altos costos fijos como por la especialización que necesita; por ello las industrias creativas no están distribuidas homogéneamente en el territorio, sino que están concentradas. A esto se suma que la creatividad, el principal insumo de las ICC, es fácil de desplazar hacia grandes centros de consumo y producción. Otro factor determinante de la concentración es el costo de transporte, por ello, entre mayores sean los rendimientos a escala las empresas se situarán en menores lugares. Así la dinámica de aglomeración se refuerza, las empresas se sitúan en donde están los trabajadores y viceversa (Piedras s/f-D).

El PNUD afirma que en las ICC los clústeres son redes de unidades de producción verticalmente desintegradas que pueden funcionar de forma flexible cuando se enfrentan con altos niveles de inestabilidad y el riesgo que prevalece en la producción y el consumo de bienes y servicios (PNUD, 2013:29).

Las empresas de bienes intermedios, proveedoras de insumos para las ICC, buscarán agruparse cerca de su principal comprador; mientras que estas empresas compradoras se situarán donde encuentren sus insumos. La demanda de bienes de consumo de las personas de cierto clúster puede atraer empresas y las empresas de cierto cluster pueden atraer trabajadores, a esto se le conoce como causalidad circular y resulta en una especie de círculo virtuoso que centraliza la producción y el consumo alrededor de las ciudades (Piedras s/f-D).

⁶ Ver Landry et al 1996

Es claro que la vida cultural es determinante de la calidad de vida de la población. En el plano urbano, Throsby detecta al menos cuatro papeles que la cultura desempeña en la vida de las ciudades:

- 1.- Un centro cultural determinado puede funcionar por sí mismo como un símbolo cultural destacado o una atracción que afecte a la economía urbana.
- 2.- Un distrito cultural puede actuar como centro de la zona local.
- 3.- Las industrias culturales pueden constituir un componente vital de la economía de una ciudad.
- 4.- La cultura puede tener un papel omnipresente en el desarrollo urbano mediante fomento de la identidad comunitaria, la creatividad, la cohesión y la vitalidad, a través de las características culturales y prácticas que definen a la ciudad y sus habitantes. (Throsby, 2008: 175).

Estos papeles se pueden trasladar al plano rural, aunque diversos factores, como la distancia, alfabetización, etc. podrán hacer más complicado que la cultura sea incluyente y que se alcancen objetivos delimitados. Por ello es aún más importante comenzar a apostar por la cultura (aunque la tarea del cómo sea más complicada) en zonas marginadas, de menor grado de desarrollo, mayormente rurales.

Por otro lado, las visiones críticas respecto al papel que desempeñan las ICC siguen existiendo y no se limitan a las de Adorno y Horkheimer, aunque las industrias culturales relacionadas a la cultura de masas y la falta de financiamiento en general siguen siendo un blanco fácil.

Posicionándonos a partir de la época de la reproductividad técnica (o mecánica), como la llama Walter Benjamin, tenemos las posturas sobre el carácter reproducible de la obra de arte, condición de la cual numerosos maestros han tomado ventaja para la difusión de sus trabajos, al mismo tiempo que otros la han tomado para la falsificación (Benjamin, 2013:57).

En ese sentido los grandes cambios técnicos que se dieron a lo largo del siglo XIX en la literatura, litografía, fotografía y reproducción musical, por mencionar algunos, transformaron la manera en que los productos culturales circulaban y se consumían. Con estos procesos las industrias culturales y creativas fueron tomando la forma actual.

Esta reproducción mecánica siempre tendrá como base su existencia única, la autenticidad de la obra original. “Los componentes de la autenticidad se niegan a toda reproducción, no sólo a la reproducción mecánica” (Benjamin, 2013:59). El autor dota a la obra de arte con un *aura*, siendo esta lo que se elimina con la reproducción mecánica.

“La técnica de reproducción separa la cosa reproducida del dominio de la tradición. Al multiplicar su reproducción, pone en el lugar de su existencia única su existencia en serie, y al permitir a la reproducción ofrecerse en cualquier situación al espectador o al oyente, actualiza la cosa reproducida” (Benjamin, 2013: 61).

Pero es este carácter reproducible lo que ha permitido el alcance que ahora tienen las diversas expresiones de arte, que forman parte de la riqueza cultural de la que se dispone. Más allá de la metamorfosis a la que se ve expuesta la obra de arte original, en términos que nos atañen, su reproducción mecánica actuará en pro de una función desarrollista de la cultura. Ampliar el acceso a las artes (de cualquier tipo) será siempre benéfico para cualquier sociedad.

También es importante mencionar la posición radical del arte de los situacionistas, quienes buscan “la construcción de un movimiento coherente, en la conciencia de los nuevos tiempos y en la superación del arte” (Perniola, 2007:14). Para este movimiento, la sociedad moderna se convierte en la sociedad del espectáculo, en el sentido en que el carácter fundamental de la alienación contemporánea se concreta en el estado de pasividad contemplativa que produce el neo-capitalismo. De hecho, el espectáculo es al mismo tiempo su resultado y proyecto, es el producto de la sociedad actual y la otra cara del dinero: el que solamente se contempla (Perniola, 2007:68-69).

Por otro lado L. Althusser estima que se puede considerar la industria cultural como el aparato ideológico del Estado. (Przecawski, 1982:82; citado en Anverre, 1982). Girard por su parte afirma que “las máquinas culturales han transformado la vida cultural de la inmensa mayoría de la población, excluida la intelectualidad” (Girard, 1982:25; citado en Anverre, 1982).

Está también el dilema en torno a la llamada televisión educativa, que contrapesa a la comercial: la televisión orientada hacia la información y la instrucción, más que hacia el espectáculo, dispone de recursos financieros incomparablemente menores y, por ende, su alcance es mucho más limitado (Przecawski, 1982:82; citado en Anverre, 1982).

La discusión sobre el contenido cultural de las industrias del entretenimiento, siempre ha sido muy alentada y totalmente necesaria. Tomando en cuenta que clasificaciones de las ICC como la de la UNESCO, incluyen a la televisión, radio, cine, video y medios de comunicación dentro de las industrias en ámbitos culturales fundamentales, es claro que es un debate que no se puede dejar de lado.

Pero para hablar sobre si lo que están produciendo estas industrias se puede llamar producto cultural, sobre todo en países como México, nos tomaría otro análisis que por el momento no incluiremos en el presente trabajo. En el caso de la producción artística, tendríamos que partir, por ejemplo, de las características o elementos de la producción artística mencionados en la *Estética* de Lukács como son el ritmo, la simetría y proporción (Lukács, 1966:265). Esto sin mencionar los enormes embrollos que rondan sobre el mercado del arte, y que por cuestiones de delimitación nos será imposible tocar.

Supondremos entonces, para efectos del presente trabajo, que efectivamente todo lo incluido en la clasificación de ICC de la UNESCO es de contenido cultural, y por tanto podemos contabilizarlo dentro de lo que aporta el sector cultural a la economía de un país.

El impulso a las ICC tendrá efectos positivos dentro y fuera de ellas. Como indica Girard, las industrias culturales ofrecen la única vía posible para salir del atolladero económico en que está hoy el espectáculo, cara al público. Baumol y Bowen han demostrado que ese

espectáculo es una empresa de servicios económicamente condenada por el hecho de que su costo aumenta con el sueldo de los profesionales sin crecimiento alguno de la productividad. Cuando no hay subvenciones de equilibrio, las empresas del espectáculo tienen déficits mayores a medida que se desarrollan sus actividades. Se busca cómo superar el dilema económico, descrito por Baumol y Bowen, ya sea mediante el mercado o recurriendo a la ayuda pública (Girard, 1982:30).

El dilema principal, más allá de reconocer que hay carencias en el contenido cultural de lo que producen las ICC, se relaciona con el cómo lograr el desarrollo a través de ellas. Como el PNUD argumenta, se necesitan mecanismos específicos para permitir que las industrias culturales y creativas proporcionen cauces para el desarrollo a nivel local, ligados a cuestiones de escala y formas de inversión, así como a oportunidades e instrumentos prácticos (PNUD, 2013:104).

Las inversiones en lo general han tendido a dirigirse hacia las etapas de producción de la cadena de valor y la creación de contenidos, mientras que podría ser más efectivo si se orientaran hacia otros segmentos que involucren el papel desempeñado por intermediarios culturales (PNUD, 2013:106).

Como menciona Tolila en su libro *Economía y cultura*, las prácticas culturales son indicadores de elevación social y de distinción en la mayor parte de los países desarrollados. Mientras que para los países de la periferia se vuelven más que eso, una vía para alcanzar el desarrollo integral de su población, una herramienta sumamente necesaria para los gobiernos.

Numerosos estudios psicológicos indican que los mayores practicantes culturales pertenecen, en los países desarrollados, a los estratos de población dotados con los mejores capitales sociales en términos de formación, de disponibilidad financiera y de perspectivas positivas de crecimiento en el empleo. Esta correlación entre el nivel de estudios y las prácticas más cultas es extremadamente importante (Tolila, 2007:62).

Además, como los especialistas de la creación formados en escuelas de arte trabajan en mayor cantidad fuera de las ICC que dentro de éstas, funcionan también como intermediarios para la transmisión de conocimientos, innovaciones e ideas que provienen de las ICC hacia todo el entramado social (Libro verde, 2010:21).

Las industrias culturales y creativas forman un nicho de crecimiento económico importante, que se ancla en su capacidad de generar empleos y en su aporte al Producto Interno Bruto de un país. No sólo han demostrado un comportamiento contra-cíclico en momentos de estancamiento o crisis económica, sino que, por su propia naturaleza basada en lo cultural y creativo, sus productos se convierten en instrumentos sociales, educativos y culturales (este último visto desde su acepción sustantiva), que los involucra en el proceso de desarrollo sostenible.

Capítulo 3.- Políticas Culturales e Inversión

a) Tendencias en torno a las políticas culturales

Ya el economista David Throsby, pionero en el estudio de la economía cultural, sugirió que "tal vez no haya ningún otro campo en el que la relación entre economía y cultura sea más directa que el de las políticas públicas" (Throsby, 2008: 191).

La política se inmiscuye en todos los ámbitos sociales existentes, dado que, como menciona Ayala, es la arena en la cual se toman las decisiones públicas. Con ella se define el presupuesto público y las principales políticas públicas (Ayala, 2001:24). A través del proceso político democrático, el cual claramente es sólo una idea para el caso de muchas economías, los agentes intercambian ofertas programáticas y demandas ciudadanas (al menos así debería ser).

Como el sector público es el encargado de atender las necesidades de la sociedad, deberá crear las políticas necesarias para lograrlo. Esto es así a pesar de que su importancia relativa para inducir el crecimiento y la planeación del desarrollo ha perdido influencia económica e incluso ideológica. Y también a pesar de que los temas vinculados a la crisis de la economía pública han ganado terreno académico (Ayala, 2001:25).

Recordemos cuáles son las tareas de las que debería encargarse el sector público en el sentido amplio (Ayala, 2001:28):

- Organización gubernamental: mantiene y adapta la creación de políticas e implanta agencias públicas.
- Unidad nacional: atenúa o evita las tendencias al elitismo y fragmentación sub-cultural.
- Desarrollo económico: mantenimiento o recuperación del crecimiento, apoyo a la inversión y al ahorro.
- Estabilidad económica: combinación en proporción a la inflación, balanza de pagos y empleo.
- Bienestar social: empleo, salud, educación, vivienda y protección a los vulnerables.
- Participación: lograr el voto popular
- Calidad de vida: zonas urbanas, medio ambiente, cultura plural y tolerante.
- Política exterior y de seguridad nacional: soberanía, resolución pacífica de controversias internacionales, libre comercio, migración y derechos humanos.

Para lograr dichos objetivos, se ejecutarán diversas políticas que requerirán la designación de un presupuesto para llevarse a cabo, así como una correcta planeación y dar seguimiento para su evaluación. Teniendo esto en cuenta, podemos analizar el caso de las políticas culturales.

Tiempo atrás las políticas culturales eran subsidiarias de las políticas educativas, hoy el interés por ellas ha ido ganando autonomía y los Estados han comenzado a reconocer su

importancia como instrumentos de desarrollo y de cambio social. Actualmente la escuela ya no es la única ni la principal instancia educativa en la sociedad, pues los ciudadanos nos formamos saliendo a la calle, viendo cine, televisión, escuchando música, leyendo, navegando en internet o formando parte de diversas asociaciones. Es justo eso de lo que tratan las políticas culturales, interviniendo en todo lo que enriquece y educa a los individuos, pero que se encuentra fuera de la escuela (Vich, 2014:13).

La dimensión económica de las políticas culturales se observa claramente toda vez que el mercado es alterado y regulado por la intervención estatal, y siendo el éxito de las políticas dependiente de los incentivos financieros y de las medidas regulatorias que se generen desde el gobierno para alcanzar el ingreso deseado (Towse, 2003:4-5).

En el ámbito mundial contemporáneo, han sido los organismos internacionales los que han jugado un papel protagónico en el planteamiento de políticas culturales de muchos países. En una serie de conferencias, sobre todo la de Venecia de 1970 y la de México de 1982, los estados miembros de la UNESCO reconocieron la enorme importancia de la cultura en los asuntos nacionales, especialmente para el desarrollo, y acordaron unas líneas maestras para la ejecución de políticas culturales (Throsby, 2008: 199).

En general, a partir de los años 70 ha habido importantes cambios a nivel mundial en las políticas culturales. Su campo de acción se ha ampliado más allá de la alta cultura y han aparecido políticas de privatización (como en los demás sectores de la economía) que han afectado a múltiples industrias culturales y creativas. Todo esto repercute en el uso de los recursos públicos, incrementando la importancia de la contabilidad y de los indicadores de desempeño (Towse, 2003:3).

En una conferencia internacional posterior sobre políticas culturales⁷, la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (WCCD) recomendó a los estados adoptar cinco objetivos políticos:

- Hacer de la política cultural uno de los componentes clave de la estrategia de desarrollo.
- Promover la creatividad y la participación en la vida cultural.
- Reforzar la política y la práctica para promover las industrias culturales y salvaguardar y dar realce al patrimonio cultural.
- Promover la diversidad cultural y lingüística en y para la sociedad de la información.
- Poner más recursos humanos y financieros al servicio del desarrollo cultural (Throsby, 2008: 200).

Cada país tiene un contexto específico en el que puede ser más o menos sencillo adaptar en sus políticas las recomendaciones hechas por organismos internacionales. Algunos estarán en condiciones de cumplir los objetivos en un mediano plazo y algunos sentarán las bases institucionales para que en un futuro sea más asequible lograrlos. Como quiera que sea, con

⁷ Celebrada en Estocolmo en abril de 1998

esto se afianza una tendencia global que invita a prestar más atención a las necesidades y posibilidades del sector cultural.

Entonces, un proyecto de política cultural debería elaborar sus planes de injerencia a partir del análisis de las problemáticas que afectan a su localidad y de la voluntad de convocar a sectores diversos, no culturales, en la discusión de estrategias de intervención (Vich, 2014:94).

La economía creativa ha sido crucial para el planteamiento de cuestiones que son clave para la formulación de políticas culturales. Por ejemplo, ¿qué está siendo producido y consumido? ¿Por quién y para quién? ¿Qué tipo de cultura se produce hoy en día y para qué tipo de ciudadanía? (PNUD, 2013:32).

En toda sociedad es importante generar un clima creativo, para medirlo se pueden tomar en cuenta algunos indicadores que reflejan su calidad como, por ejemplo, la apertura y tolerancia hacia diferentes países y culturas, la libre expresión artística y la educación de buena calidad (Florida, 2003 en Ferruzca, 2013: 142; citado en Reyes 2013). Lograr un clima creativo deseable será una meta primordial en la labor de las políticas públicas, sobre todo ahora que la economía creativa va ganando terreno.

Víctor Vich nos recuerda que construir políticas culturales implica reconocer la falta de fomento a la cultura, la desigualdad en el acceso y la necesidad que existe de generar mecanismos que permitan un mayor intercambio de capitales simbólicos, lo que entendemos como una mayor movilidad de los bienes y servicios culturales. Es indispensable tener claro el tipo de sociedad en que se va a intervenir, a saber, los cambios que se han producido en ella, los poderes que siguen en curso, las instituciones que resguardan a los objetos simbólicos, quiénes los desafían y el tipo de exclusiones que generan los mismos objetos culturales (Vich, 2014:14).

La amplitud con que se requiere analizar un contexto social a la hora de formular estas políticas, las convierte de hecho, en un instrumento de acción social. En 2008, un ex Ministro de Cultura de Brasil llamado Gilberto Gil, describió a las políticas culturales como “un instrumento de emancipación social, articulación global y libertad humana en el siglo XXI”, y a la economía creativa como “una politización bienvenida del debate económico para el mundo contemporáneo” (PNUD, 2013:32).

Es decir, las políticas culturales no tienen una frontera definida. Si el racismo, por ejemplo, se piensa como un problema cultural, entonces debe ser encarado por ese tipo de políticas. Y por otro lado, a pesar de que los eventos culturales son parte fundamental del trabajo en cultura, es claro que las políticas culturales no pueden quedar reducidas únicamente a ellos. Sino que estas políticas deben entender a la cultura como un proceso, y a partir de ahí cuestionar la manera de entender el progreso social como la pura acumulación económica o como el fortalecimiento exclusivo del individuo liberal. Se trata de gestionar la cultura para posicionarla como un recurso crítico en la construcción de la ciudadanía (Vich, 2014: 16-20).

El proceso de plantearlas enfrenta diversos retos, sobre todo en una actualidad donde el capitalismo modifica a su conveniencia las dinámicas de poder. Víctor Vich resume la problemática de la siguiente forma:

¿Cómo hacer política cultural en países con marcos institucionales precarios y donde el Estado asume que la cultura es siempre un gasto que debe postergarse? ¿Cómo proponer nuevos circuitos culturales cuando lo único que importa es la lógica de la maximización de las ganancias? ¿Cómo hacerlo en sociedades donde los vínculos entre las personas están fuertemente deteriorados y donde los movimientos sociales están enredados en una lógica fragmentaria e ineficaz? ¿Cómo intervenir en sociedades que parecen resistirse a la memoria y donde la historia se está convirtiendo en un performance destinado a los turistas? En suma, ¿cómo proponer políticas culturales desde el Estado, el mercado y los movimientos sociales en un clima de precariedad institucional, autoritarismo capitalista, amnesia política y permanente malestar social? (Vich, 2014: 59).

En la búsqueda de respuestas, se debe desafiar a todas las políticas culturales que, bajo el supuesto de que la cultura es algo puro y autónomo, entienden su labor como la simple gestión de espectáculos con muy pocos riesgos políticos (Vich, 2014:86). El problema principal al que nos enfrentamos al querer resolver tales cuestiones, es que estamos ante una clase política muy inculta, a la que poco interesa su resolución.

Vivimos en una sociedad pos-política que sólo administra lo que existe, y no genera un cambio en la realidad. Por ello las políticas culturales deberán insistir en la necesidad de luchar por una causa común: algo que unifique y que esté relacionado con el cuestionamiento de la lógica del capital (Vich, 2014: 50-51).

Toda política cultural, según Vich, debe proponerse cambiar el estilo de vida de las personas y debe promover una mayor circulación de los objetos culturales. Debe, en primera instancia, activar nuevas formas de comunidad y democratizar el acceso a la producción y al consumo cultural, reinventando los vínculos entre las personas. Esto no quiere decir que se le reste libertad al artista, sino que se provea de un nuevo marco institucional para la producción y circulación de los bienes culturales (Vich, 2014: 60-61).

Este marco ya no está dado únicamente por el gobierno, sino que han surgido nuevos actores sociales que han debilitado el papel central del Estado en el manejo de las políticas culturales. Es decir, se ha generado una descentralización que ha multiplicado las ofertas que han traído los nuevos circuitos y nuevas lógicas en la producción cultural, con lo cual ha demostrado ser positiva (Vich, 2014:61).

Estos nuevos agentes, impulsores y promotores de la actualidad, incluyen representantes artísticos, locutores, agentes, programadores, DJ's, abogados, gestores, curadores de festivales de cine y ferias comerciales, entre otros. En el mundo en desarrollo, este tipo de intermediarios pueden surgir de varios sectores, pero todos requieren la capacidad de moverse con libertad y flexibilidad para descubrir y generar oportunidades a través de redes (Fleming, 2008:279; citado en PNUD, 2013:90).

Muchos artistas incluso llegan a dudar del papel de las políticas en torno a la creatividad. Tienen razón en tanto que las acciones estatales o incluso empresariales no pueden sustituir

a los autores, pero ellos “no son dioses que emergen de la nada, sino de escuelas de cine y facultades de humanidades, que necesitan editoriales, museos, canales de televisión y salas de cine para exponer sus obras” (García Canclini, 2002:71; citado en Vich, 2014:62). Si se rechaza el control estatal de la creatividad artística, también se debe cuestionar el papel del libre mercado respecto a la libertad de los creadores y el acceso a las mayorías (García Canclini, 2002:67-68; citado en Vich, 2014:68).

Surge la necesidad de acción de la sociedad civil, como un ideal actor principal para la elaboración de políticas culturales, sobre todo en la fase de proyectos. Compuesta por creadores individuales, centros culturales, organizaciones sociales y ONG’s, la sociedad civil está en la posibilidad de buscar un mayor campo de visibilidad de los grupos socialmente excluidos (Vich, 2014:69-72).

Pero entonces ¿cuál es el papel efectivo del gobierno? Por supuesto deberá seguir asumiendo ciertos roles dirigentes a partir del ejercicio de los poderes públicos, pero al mismo tiempo observará cómo la sociedad lo obliga a posicionarse como un promotor o facilitador de iniciativas propuestas desde otros lugares. A partir de ese papel, deberá impedir que los bienes y servicios culturales se destinen únicamente a las élites (Vich, 2014:61-62).

El gobierno deberá ayudar a las ramas culturales que resulten necesarias para la vida moderna, en pos del prestigio exterior y para la independencia cultural del país. Se encargará de la modernización de instituciones culturales anticuadas, así como, en palabras de Girard, de “promover la calidad de una vida cultural que llegue a ser la de todos, e impedir la deriva natural hacia los juegos del circo, que ilustran el envilecimiento del pueblo y la decadencia de una nación” (Girard, 1982:298; citado en Anverre, 1982).

El criterio esencial que debe seguir el poder público para abordar los problemas de la industria cultural, deberá constituirse a partir de los siguientes objetivos:

- Ampliar el acceso a la cultura
- Mejorar la calidad de los medios de comunicación de masas
- Promover una creación pluralista
- Modernizar las instituciones clásicas de la difusión cultural
- Fortalecer el potencial de producción cultural nacional
- Velar por el prestigio exterior del país y proteger su independencia cultural (Girard, 1982: 298-299; citado en Anverre, 1982).

El Estado debe además resguardar el patrimonio, generar políticas de infraestructura cultural, construir un sistema de financiamiento y facilitar el desarrollo e investigación de las artes y de las industrias culturales. En suma, debe ocupar una posición central en la elaboración de políticas culturales, aunque sepa que no es el único actor en el escenario (Vich, 2014:62-64).

Para alcanzar dichos objetivos, los poderes públicos disponen de ayuda directa, como subvenciones o compras directas de bienes y servicios por parte del gobierno, ayuda indirecta (medidas fiscales), condiciones jurídicas favorables para el sector cultural (medidas

reglamentarias) convenios internacionales, otras medidas de incitación como festivales, premios, etc. y la extensión a las industrias culturales de los sistemas de garantía bancaria y de préstamos a la exportación (Girard, 1982: 298-299; citado en Anverre, 1982).

Tomando en cuenta que los agentes económicos (familia, empresa y gobierno) son los tomadores de decisiones a partir de los cuales girará el sistema económico capitalista, un reto para las políticas, será entonces la articulación de los intereses del mercado con los del Estado y los de la comunidad.

Siguiendo el ejemplo del turismo cultural que utiliza Víctor Vich, un buen proyecto de desarrollo turístico no sólo incluye más hoteles e imágenes exóticas, sino que define una política de patrimonio que invierta más en la investigación histórica, en la formación de guías de turismo de manera que no se vuelque al mercado a costa de la identidad. (Vich, 2014:62-64).

i. Políticas para el desarrollo

En general las políticas públicas *deberían* tener como fin último el desarrollo integral de la comunidad a la que norman, a saber, con su dimensión económica, social y cultural. Lo que significa el bienestar en su más amplio sentido, y que a fin de cuentas se puede englobar en el concepto de desarrollo económico, pues como ya vimos, toma en cuenta variables de tipo social y cultural. La clara definición de metas será indispensable para determinar los mecanismos que emplearán las políticas.

Michael Keane ha distinguido dos fundamentos racionales para la política global del crecimiento de las industrias creativas y culturales. El primero es un enfoque doméstico y el segundo implica las exportaciones culturales (Keane, 2013: 43-44). El tipo de políticas dependerá en buena medida del contexto local. El planteamiento de políticas del mundo subdesarrollado deberá considerar la manera en que sus ideas de políticas sobre el potencial de creatividad pueden ser hibridadas productivamente con los bienes, aspiraciones, energías y limitaciones locales (PNUD, 2013:85).

Como muchas áreas políticas fundamentales pueden estar más allá del ámbito de competencia de las autoridades locales, resulta difícil hacer distinciones nítidas entre lo local y lo nacional. Las políticas exitosas podrán surgir a partir de sinergias entre estos dos niveles de gobierno, así como del modo en que interactúan y cooperan con el sector privado y la sociedad civil (PNUD, 2013:35).

El entonces Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon, reconoció en 2013 durante su discurso de apertura en el debate sobre cultura y desarrollo de la Asamblea General que “demasiados programas de desarrollo bienintencionados han fallado por no tener en cuenta el contexto cultural...” (PNUD, 2013:9).

En los países subdesarrollados hay diversos factores que obstaculizan que se destine una importante inversión para la generación de un contexto institucional adecuado para el desarrollo. Entre ellos están las bases impositivas limitadas, las necesidades que compiten

entre sí, como la seguridad alimentaria, la supervivencia y la infraestructura básica, así como el problema de la distancia y la lejanía (PNUD, 2013:92). Este último se agrava al pensar en los costos de transporte, para los cuales las instituciones deberán destinar recursos con los que muchas veces no cuentan, cerrando posibilidades de diversidad cultural para públicos locales.

Músicos, agentes, directores de museos y de galerías de arte, así como promotores de festivales, destacan que las grandes distancias desalientan las giras y las exposiciones (PNUD, 2013:92). Esto sucede más aún si se trata de un medio rural, lo que influye potencialmente en la concentración de la oferta cultural en ciertos centros urbanos.

El sector rural queda a expensas de los recursos limitados que se destinen a sus instituciones locales, en caso de existir. Así que es el que requiere de mayor atención para lograr destrabar los obstáculos a los que se enfrenta por sus condiciones generales de rezago, principalmente agravadas dado su geografía. Abordarlo a partir de políticas pensadas y gestionadas desde el ámbito local será la forma ideal para propiciar su desarrollo.

Casos de éxito en este medio han estado relacionados con propuestas locales, como el caso del Teatro Campesino fundado en 1965, o de grandes celebraciones tradicionales como la Guelaguetza, que alientan el turismo cultural, aunque generalmente presentan beneficios económicos temporales.

En su mayoría, los jóvenes artistas y productores creativos se ven en la necesidad de mudarse a centros urbanos para mejorar sus oportunidades laborales. Aunque esta movilidad es un ingrediente crucial en la producción de sociedades más cosmopolitas, propicia la carencia de masa crítica y redes eficaces en sus lugares de origen. En estos casos los medios digitales serán una herramienta necesaria para superar los problemas de distancia (PNUD, 2013:92).

Las medidas políticas clave para proporcionar nuevos cauces para el desarrollo, según el PNUD, tendrán que ver con incrementar la inversión en capital humano, ajustar el marco jurídico y normativo, ofrecer una mayor financiación y acceso a instrumentos financieros, reforzar las infraestructuras institucionales y mejorar las políticas comerciales y las estrategias de exportación (PNUD, 2013:87).

Esto no es nada nuevo, pero la mayor dificultad estará en adaptar las políticas a la situación local para que los resultados realmente generen un aporte al desarrollo. En este sentido, la formulación de políticas sobre industrias creativas en el plano local suele resultar más efectiva que las estrategias nacionales, aunque estas últimas sean también indispensables para el establecimiento de un marco global y facilitador (PNUD, 2013:87).

En relación al patrimonio cultural, Throsby identifica cuatro grupos de medidas políticas útiles para la gestión del patrimonio:

- Propiedad y control público de las instituciones, instalaciones y sitios patrimoniales.
- Apoyo financiero para el mantenimiento, funcionamiento y restauración del patrimonio.
- Regulación que limite la actuación privada en lo que se refiere al patrimonio cultural.

- Educación y difusión de información a fin de que se tomen mejores decisiones de conservación (Throsby, 2008: 128).

Las políticas de comercio internacional tendrán un papel determinante en las industrias culturales y creativas, y en el sector cultural en general. El imperativo económico que impulsa al sistema de comercio mundial hacia la reducción del proteccionismo y a la liberación de los mercados globales, se basa (aunque ha demostrado ser lo contrario) en que el libre comercio maximiza el bienestar mundial (Throsby, 2008:184).

Esa idea ha imperado en el manejo de las dinámicas de poder capitalistas y ha condicionado las relaciones internacionales. Es así como, en el ámbito del comercio internacional, ha cambiado el contexto en el que se mueven las reflexiones culturales, dentro y fuera de los tratados. Estos cambios se pueden observar principalmente en:

- Las negociaciones conducentes al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y, resultado de él, a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1994.
- La ejecución del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Estados Unidos y Canadá, también en 1994.
- Las negociaciones dentro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) respecto del Acuerdo Multilateral sobre Inversiones (AMI), iniciadas en 1995 y que no llegaron a término.

En este punto de reflexión pensamos entonces en **¿políticas económicas para la cultura?** o en **¿políticas culturales para el desarrollo económico?**, **¿cuál opción es mejor?**, **¿cuál es la diferencia?** Lejos de una respuesta, se busca generar más dudas, la reflexión en torno a las posibilidades que se abren al pensar a la economía desde la cultura y a la cultura desde la economía.

Ambas son necesarias, pues las políticas económicas tendrán un que-hacer deseable dentro del sector cultural, en tanto que aboguen por él a través de políticas fiscales o incluso comerciales. Las políticas culturales tendrán un desempeño más abarcador en el camino hacia el desarrollo económico, pues sus beneficios podrán llegar a través del ámbito social y/o económico.

Siempre existirá un lazo que una a las políticas culturales con las económicas, como indica Víctor Vich:

“No puede existir una política cultural relevante si no participa en las decisiones sobre las políticas económicas, que, en última instancia, son las que tienen el impacto central en la configuración de la sociedad y en las subjetividades afines a ella. Ninguna política económica es jamás, en efecto, algo simplemente económico. Las medidas económicas producen subjetividades acordes a sus propios intereses, pues llevan implícito un ideal de la vida en sociedad y una definición del individuo que siempre se puede cuestionar” (Vich, 2014:96).

El planteamiento de políticas de cualquier índole, deberá partir de un bagaje multidisciplinario y del análisis de lo local. El bienestar entendido en su sentido más amplio

será la meta de toda sociedad, y por lo tanto de toda política pública gestada en ella. El desarrollo económico y el cultural convergen en un solo punto, de infinitas posibilidades.

b) Inversión pública y financiamiento de la cultura

El progreso entendido como sólo la pura maximización de ganancias, se ha convertido en el fetiche de la modernidad, por lo que toda política cultural debería intentar revertir muchos de sus principios ideológicos. Retomando a Walter Benjamin (1987:64), este tipo de progreso liderado por la pura acumulación de capital, no lleva hacia el desarrollo, sino a la destrucción del mundo.

En la actualidad se observa la generación de grandes proyectos de inversión pública en distintas esferas, pero no así de iniciativas que promuevan nuevos modelos de identidad bajo nuevos ideales comunitarios (Vich, 2014:88 y 98). Resulta indiscutible la necesidad que existe de que los gobiernos inviertan en cultura, y de que esta acción sea vista justo como eso, inversión, y no como meramente un gasto público.

La segunda mitad del siglo XX se distinguió por la multiplicación tanto de los gastos públicos en pro de la vida cultural, como de los contactos entre las obras y el público, gracias a los productos culturales industriales. Por el otro lado, también se caracterizó por el estancamiento de la frecuentación de las instituciones culturales. Tales fenómenos plantean problemas a los responsables culturales cuyo principal objetivo es crear políticas culturales que democratizen y centralicen el acceso a la cultura (Girard, 1982:26; citado en Anverre, 1982).

Uno de los incentivos más importantes de toda inversión es la ganancia, y en términos no monetarios, los resultados favorables. Así que el gobierno tendrá como incentivo para invertir en el sector cultural, entre muchos otros, el incremento que se genere en su aportación al Producto Interno Bruto nacional. Claro que más allá de este beneficio económico, la inversión en el sector cultural deberá responder a necesidades básicas de la sociedad, que involucran el tiempo de ocio y el crecimiento personal. Es decir, esta inversión se debe realizar simplemente por la mera condición humana, tuviera o no rendimientos económicos. Si tiene además un comportamiento tendencial que aporte al crecimiento económico de la nación, como ha demostrado tenerlo en diversas ocasiones, su indispensabilidad queda sin lugar a dudas.

Varios países europeos, ya dentro de la Unión Europea, fueron los primeros en pronosticar un aumento de la representación de la cultura como parte del PIB. Desde 1993 una nota de la Presidencia de la Comisión Europea indicaba que muy pronto la cultura representaría de 3% a 5% del PIB de sus países. En 1998, una compilación de los trabajos sobre los empleos en el sector cultural en Europa permitió a la Comisión afirmar que el volumen de ellos en el ámbito regional ascendía a 3.5 millones de empleos, es decir el 2.2% de la población activa ocupada total. Ya para 2004, la Eurostat evaluó el promedio del empleo del sector cultural

en 2.56% de la población activa europea, con 3.9 millones de empleos de tiempo completo y tasas de empleo en este sector de entre 2% y 3% según el país (Tolila, 2007:93).

Es un hecho que el gasto destinado a actividades culturales no necesariamente será proporcional a los resultados obtenidos por dicha inversión. Esto tiene que ver más con la eficacia que con el monto, aunque es claro que un monto de gasto muy reducido difícilmente logrará una mejora en cualquier sector.

Al existir recortes presupuestales en instituciones culturales dependientes totalmente del presupuesto destinado por parte del gobierno, más específicamente por la Secretaría de Cultura, existe el riesgo de “dejar caer” a la institución. Esto ocurre, por ejemplo, con los museos, los cuales requieren recursos tanto para el mantenimiento físico del inmueble, como para el mantenimiento de la calidad de lo que ofrecen, lo que va directamente relacionado con la constante capacitación de los empleados, con la atención puesta a la necesidad de estudios de público y con la eliminación de prácticas de antaño como el compadrazgo a la hora de elegir exposiciones.

Según Paul Tolila (2007), a partir de los debates con el Ministerio de Economía y Finanzas de la Unión Europea, surgen cuatro temas principales que conciernen a la eficacia del gasto cultural. El primero es que permite valorizar las ventajas turísticas de la cultura y del patrimonio, ya que el proceso económico de la cultura está ligado a su capacidad de integrarse al turismo.

El segundo, más importante aún, es que el gasto cultural genera una serie de consecuencias benéficas para la economía y el desarrollo local, pues permite la existencia y el funcionamiento de numerosos eventos y expresiones culturales, y asegura la permanencia de las instituciones culturales (museos, monumentos, espectáculos en vivo). Estas actividades culturales generan impactos, ya sea directos, por los gastos y los salarios que distribuye, o indirectos, por los gastos en diversos tipos de servicios de los públicos, los cuales contribuyen al dinamismo de la economía local.

El tercero es que también mantiene relaciones estrechas con la oferta privada y el consumo cultural mercantil. El financiamiento público es determinante para la oferta cultural, mientras que el consumo contribuye a reforzar la oferta y la demanda mercantil, así como a sostener la creación, por lo que dicho gasto es esencial para financiar actividades indispensables para el buen funcionamiento de las ramas culturales y para manejar el desarrollo del equipamiento de comunicaciones de los hogares.

El cuarto es que los presupuestos de las instancias gubernamentales de la cultura, como el Ministerio de Cultura Europeo, ejercen un apalancamiento en los gastos culturales de las colectividades territoriales (Tolila, 2007).

La inversión en los sectores culturales y creativos puede ser una poderosa opción para el desarrollo, lo que se constata con el hecho de que, a pesar de la grave recesión de 2008, la economía creativa continuaba creciendo en todas partes, incluso más rápidamente que otros sectores, sobre todo en los países del Sur global (PNUD, 2013:16). Esto muestra que las industrias culturales y creativas tenderán a tener un comportamiento contra cíclico, siendo

así poderosas herramientas para el crecimiento y desarrollo económico a nivel mundial. Insistimos en que la inversión en cultura queda justificada por cualquier ámbito desde el cual se le observe.

Una de las herramientas de política cultural es la decisión de poseer y/o administrar organizaciones culturales o subsidiarlas directa o indirectamente. Las políticas culturales positivas, en forma de subvención, promoción financiada por el Estado u otras formas de apoyo oficial, condicionan a la actividad cultural ante decisiones tomadas desde la supervisión y la burocracia estatal (PNUD, 2013:28). Esta situación ha ido disminuyendo de intensidad, pues recordemos que cada vez aparecen más actores que intervienen directa e indirectamente en las prácticas creativas.

Entonces, el financiamiento de la cultura no nada más le compete al gobierno, de hecho, puede ser público o privado: público a través de exenciones fiscales o subsidios directos, y privados por compras de boletos donaciones, voluntariado, etc. (Towse, 2003: 4-5).

Justamente es la financiación el mayor y más tenso desafío en el desarrollo de la economía creativa en los países subdesarrollados. Esto sucede porque la empresa cultural opera como un híbrido entre actividad comercial y actividad sin fines lucrativos. Así en algunos casos, las subvenciones se vuelven indispensables, corriendo el riesgo de que camine hacia un desarrollo insostenible y dependiente de los subsidios (PNUD, 2013:88).

Hay argumentos a favor y en contra de que el gobierno intervenga en mayor o menor medida en el desempeño económico de bienes y, sobre todo, servicios culturales. Para fines del presente trabajo, veremos a estos subsidios como una política positiva en una primera etapa del desarrollo cultural, pues los beneficios sociales se pueden maximizar a través de la inversión inteligente en estos rubros, y ¿cuál es el propósito del gasto público si no el bienestar social?

Heilbrun (2001: 226-230) reconoce que con el uso de subsidios gubernamentales para las artes y la cultura se producen beneficios colectivos, pues es un legado para las futuras generaciones, provee de identidad nacional y prestigio, produce beneficios a la economía local, contribuye a una educación liberal, mejora el entorno social de los participantes en el arte y alienta la innovación artística.

En los países en desarrollo se presenta la disyuntiva de que muchas veces el apoyo destinado al sector de las industrias culturales y creativas viene de los presupuestos para la cooperación del desarrollo de los países del Norte global, y no de los gobiernos locales (PNUD, 2013:88). No por ello se deberán imponer las mismas políticas que en el mundo desarrollado se estén gestando, sino que, como ya hemos mencionado, se deberán proponer desde y para lo local.

Por ejemplo, el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) es una organización que busca invertir en proyectos que conduzcan al cambio estructural mediante políticas y estrategias con un efecto directo en la creación, producción, distribución y acceso a la diversidad de expresiones culturales. Moldea los proyectos a través de una clara definición de sus prioridades, mismos que son diseñados y gestionados localmente, generando una

excelente diversidad de experiencias en el desarrollo y el fortalecimiento de la política cultural y la industria cultural (PNUD, 2013: 134-135).

La implementación de impuestos regresivos para subsidiar y apoyar las artes invita a la condenación de una práctica invertida del Robin Hood inspirado en Ghino di Tacco, tomando a los pobres para dar a los ricos (Baumol, 2003:21 en Towse). Incluso en países que gastan relativamente grandes cantidades de recursos públicos en el subsidio a la cultura, este gasto es siempre menor al 1% del gasto total (Towse, 2003:5)

Respecto a la distribución del presupuesto destinado al sector cultural, hay una clara diferencia en términos administrativos respecto a lo que es considerado patrimonio (que según la clasificación puede tomar en cuenta al patrimonio tangible, a los museos y a las galerías de arte) y lo que son las industrias culturales (como cine, música, publicidad, broadcasting, entre otras), y que en algunos casos son llamadas la *baja cultura*, que recibe poco apoyo público (Towse, 2003:1)

Volviendo al principal incentivo de la inversión, debemos tomar en cuenta que el impacto puede dividirse en directo e indirecto. Siendo así, al momento de medir los resultados, es importante recordar que cuanto más se aleja uno de la noción de impactos directos, para inclinarse hacia la noción de impactos indirectos o inducidos, mayores serán las dificultades para aislar el impacto específico de la cultura (Tolilla, 2007:95). Esta posibilidad de caer en una sobreestimación sucede con la inversión en el sector cultural en general.

Paul Tolilla propone algunos enfoques alternos para analizar y reflexionar sobre esta dificultad para valorar económicamente a la cultura, por ejemplo:

- Destacar el papel de algunos sectores económicos en la medida en que sirvan de vectores privilegiados para las relaciones entre actividades culturales y el conjunto económico. Esto funciona en el caso del turismo y del patrimonio, logrando una verdadera rama del turismo cultural. El enfoque le da un valor económico a lo cultural, lo que conlleva ciertos riesgos, pero abre una perspectiva en la que la cultura ya no tiene que justificar sus impactos económicos, sino que es la economía la que comienza a destacar el papel que representa la cultura en ella.
- Preguntarse cuál es el papel de los grandes equipamientos que estructuran las actividades culturales, la importancia económica y territorial de la constitución de polos de atracción (alianzas de equipamiento, de eventos recurrentes como los festivales, ramas profesionales) que constituyen zonas de excelencia identificables, con una fuerte integración de las diversas actividades o que crean distritos culturales vigorosos.
- Volver a situar a la cultura en los sectores relacionados con las nuevas tecnologías, las comunicaciones, la innovación y el conocimiento, es decir, los de intenso crecimiento y potente impulso para la creación de empleos

Estos enfoques pueden basarse en la naturaleza de las producciones culturales que, como producciones de contenidos, pertenecen de manera íntegra al campo de la información y del conocimiento en el sentido más amplio, y contribuyen forzosamente a la constitución de un

capital humano apto para sostener una competencia económica internacional, en donde la capacidad de innovación se ha vuelto crítica (Tolila, 2007:95-96).

i. Indicadores de desempeño

Es indispensable tomar en cuenta la actividad cultural, los niveles de capital social de la comunidad, las instituciones de la sociedad civil, las capacidades del sistema educativo para brindar beneficios, y la importancia de la infraestructura mediática y de comunicación, para proveer respaldo a la producción, distribución y consumo culturales (PNUD, 2013:126). Esto quiere decir que para poder hablar de resultados se requiere de la utilización de indicadores.

Los indicadores pueden abordar diversos ámbitos, medir diferentes características que aporten información que arroje diferentes resultados. Se puede analizar a partir de la participación del gobierno, del sector privado o de la sociedad civil, o a partir de temas relacionados con la educación o los medios de comunicación. A continuación, tomaremos del PNUD (2013,128-131) la clasificación de los indicadores que pueden servir como herramienta para medir los resultados de la inversión en el sector cultural, lo que a su vez resultará de la implementación de ciertas políticas.

1.- Participación gubernamental

- Niveles de financiación pública para cultura, por propósito o zona receptora: financiación total de presupuestos nacionales/locales, financiación por habitante, financiación como proporción total de gastos del gobierno, financiación para gastos de capital/funcionamiento.
- Apoyo financiero indirecto para cultura: incentivos fiscales implementadas para artistas, incentivos fiscales para donantes, pérdida de ingresos fiscales.
- Apoyo para empresas creativas: incentivos para la inversión, subvenciones para investigación y desarrollo, incubadoras de empresas para PYMES creativas, asistencia de marketing para empresas en el sector creativo, fondos complementarios para programas de patrocinio.
- Normativa que afecta al sector cultural: legislación y aplicación en materia de derechos de autor, normas locales de contenido para los medios, requisitos para que los cines incluyan un determinado número de películas de producción nacional.
- Gobernanza pública: existencia de un departamento municipal de cultura o Consejo de las Artes y similares, existencia de una política cultural municipal, adhesión a convenciones culturales internacionales.

2.- Participación del sector privado

- Empresas fuera del sector cultural que participan en la economía creativa o de las artes: niveles y tipos de patrocinio cultural emprendidos, niveles y tipos de filantropía cultural, innovación en empresas no culturales estimuladas por el empleo de trabajadores creativos.

- Filantropía individual hacia la cultura: niveles de contribuciones en efectivo y en especie, proporción de oferta cultural en relación al total de los niveles de oferta.

- El voluntariado en el sector cultural: número de voluntarios, por áreas del sector cultural, compromiso de tiempo, valor estimado para las organizaciones culturales.

3.-Capital social y sociedad civil

- Número de organizaciones culturales no gubernamentales.

- Nivel de confianza en la comunidad.

- Participación en la gobernanza comunitaria.

- Número de clubes, sociedades y otras asociaciones en el sector cultural.

- Centros culturales comunitarios: número, instalaciones proporcionadas, uso.

4.- Educación y formación en artes y cultura

- Instituciones de formación artística como escuelas de arte, arte dramático y danza, conservatorios de música, escuelas de cine, etcétera: número por disciplina artística, número de empleados, por categoría o tipo, número de estudiantes, número y tipo de graduados.

- Las artes y la cultura en los planes de estudios de las escuelas.

- Número de artistas profesionales trabajando en escuelas.

- Profesores privados de música, danza, arte dramático, artes visuales, etcétera: número por disciplina artística, número de estudiantes, formación multilingüe en las escuelas.

5.- Medios y comunicaciones

- Acceso a internet: número y proporciones de la comunidad con acceso a banda ancha, uso de internet para el arte y la producción cultural, marketing, distribución, uso de internet para el consumo de productos culturales locales.

- Medios sociales: disponibilidad y uso para fines culturales.

- Programas relacionados con la cultura en la radio y la televisión: número de producciones creativas locales emitidas, proporción de contenido local en el total de la producción, programación artística/cultural para niños.

ii. Resultados

Cualquier proyecto que requiera inversión determinará sus resultados por una tasa de rendimiento. Los economistas al describir cómo funciona la economía e intentar analizar los efectos de tal o cual política, realizan un análisis positivo (lo que *es*). Cuando evalúan medidas, habiendo sopesando la relación coste-beneficio, realizan un análisis normativo (lo

que *debería ser*). (Stiglitz, 2000:27). Entonces para analizar las políticas será necesario el uso de indicadores y de la información que arrojan.

Según el PNUD (2013, 128-131) para la economía creativa se utilizan cuatro categorías de desarrollo para los indicadores, que son los resultados económicos, sociales, culturales y medioambientales. Para fines del presente trabajo, describiremos principalmente los indicadores propuestos para resultados económicos y culturales.

Resultados económicos.

1.- Producción de bienes y servicios culturales

- Volumen y valor de la producción local de bienes y servicios culturales: por grupo de productos, por sector.
- Valor añadido en la producción local de bienes y servicios culturales: por grupo de productos, por sector.
- Valor de la producción cultural por habitante.
- Valor de la producción cultural como proporción del PIB: a nivel regional, a nivel nacional.

2.-Empleo

- Número de nuevos empleos creados para artistas y trabajadores creativos: en las principales industrias artísticas, en las industrias culturales relacionadas y ampliadas, en sectores fuera del sector cultural.
- Aumento de sueldos, salarios, ingresos de trabajadores creativos.
- Disminución de la necesidad de los artistas de recurrir a subsidios de desempleo.
- Mayores oportunidades para los artistas de trabajar de tiempo completo en su trabajo creativo.

3.- Exportaciones

- Volumen y valor de las exportaciones netas de bienes y servicios culturales de la ciudad/región a otras partes del país y a otros países.
- Proporción de exportaciones culturales en el total de exportaciones.
- Sustitución de bienes y servicios culturales importados por bienes y servicios culturales nacionales.

4.- Desarrollo empresarial

- Número de nuevas empresas culturales.
- Mejora en las habilidades empresariales de las PYMES creativas.
- Clústeres y núcleos creativos: establecimiento, expansión.

- Inversión interna estimulada por el atractivo cultural de la ciudad o región: en las industrias culturales, en las industrias no culturales.
- Contenido cultural en el branding de la ciudad, atractivo para la inversión de empresas entrantes.

5.-Turismo

- Número de turistas cuya visita implica algún tipo de consumo cultural: proveniente de la región, proveniente del resto del país, proveniente del extranjero.
- Gasto turístico en entradas de eventos culturales o para participar en una actividad cultural: visitas al patrimonio, centros de artes escénicas, museos y galerías, otros tours y atracciones culturales.
- Gastos accesorios directamente atribuibles al turismo cultural: hoteles, restaurantes, transporte.
- Datos actitudinales: interés de los turistas en la cultura local, interacciones culturales con la comunidad local.

6.-Equidad en los resultados económicos

- Distribución de ingresos y riqueza: tendencias en el coeficiente de Gini, diferencia entre los miembros más ricos y más pobres de la sociedad.
- Disminución de la pobreza por medio del desarrollo de la economía creativa: número de empleos creados, aumento en los niveles de renta.
- Iniciativas económicas para garantizar un acceso equitativo de la comunidad en la participación y el disfrute cultural: admisión gratuita en las instituciones culturales públicas, precios asequibles para acceder a eventos culturales de pago, programas para asistir a grupos desfavorecidos en pro de su consumo cultural.

Resultados culturales

1.-Consumo cultural y compromiso

- Asistencia a eventos culturales e instituciones culturales: número de asistentes, por evento/tipo de institución, número de asistentes a eventos/instituciones culturales en proporción a la población, composición de los públicos (por edad, género, etc.).
- Gastos en bienes y servicios culturales: por tipo, por individuos, por hogares, gastos culturales en proporción al gasto total de consumo.

2.-Participación cultural y actividad creativa

- Número de personas que participan en actividades artísticas, incluyendo: escritura creativa, representaciones teatrales amateur, creación musical, artes visuales, artesanía, fotografía.

- Tiempo dedicado a actividades culturales: por tipo, consumo pasivo, participación activa.
- Voluntariado en instituciones culturales: número de personas voluntarias, proporción de tiempo dedicado.

3.-Desarrollo de formas artísticas

- Nuevas obras producidas, por disciplina artística.
- Arte público: número de nuevos encargos, gastos.
- Uso innovador de nuevos medios en las artes: en producción/distribución, para ampliar y extender el consumo.
- Nuevas formas de expresar la identidad cultural local en obras de arte.
- Mantenimiento cultural: restauración del patrimonio edificado, conservación de objetos y obras de arte, mantenimiento de habilidades culturales de carácter local y conocimiento tradicional.

4.-La cultura en las relaciones exteriores

- Giras de artistas y grupos locales fuera de la región, en otras partes del país, en el extranjero, representación de artistas locales en ferias de arte en el extranjero, etc.
- Visitas de artistas y grupos de fuera de la región.
- Intercambios de artistas.
- Vinculación con otras ciudades para mejorar la construcción de marcas culturales.

Vemos que muchos indicadores económicos y culturales son los mismos y miden un mismo fenómeno, pero con un enfoque distinto. Estos indicadores requieren una recuperación extensiva de información que permitan contar con datos maleables que sirvan para la toma de decisiones.

En cuanto a los resultados sociales, destacan los referentes a la cohesión social y la diversidad cultural, tales como indicadores de derechos humanos y no-discriminación, y los resultados educativos. Por último, sobre el impacto al medio ambiente, se pueden tomar en cuenta también estrategias educativas, el enfoque de las artes como ejemplo de buenas prácticas ecológicas, y el conocimiento tradicional, esto como medición de los resultados de una inversión cultural.

En suma, nos encontramos ante una infinidad de aristas a partir de las cuales observar el papel que juegan las políticas culturales en una comunidad. Los resultados de una inversión destinada al sector cultural se observarán más allá de los números. Tendrán consecuencias relacionadas directamente con el desarrollo económico, así que su correcta implementación las convierte en una herramienta imprescindible para el Estado.

c) Ciudades creativas

Ya hemos hablado de la creatividad, y a partir de ella, de la economía creativa. Según el autor Richard Florida (Florida citado en Hollanders, 2009), la primera tiene varias dimensiones que interactúan entre sí, a saber, la creatividad tecnológica (también entendida como el proceso de inventar), la creatividad económica (orientada al emprendurismo) y la creatividad cultural o artística. Estas dimensiones no están separadas, pues cada una de ellas complementa a las otras. Para Florida, la creatividad económica es por lo tanto producto de la interrelación entre la tecnología, las artes y los negocios (Ferruzca, 2013: 142-143; citado en Reyes 2013).

La creatividad se puede analizar mejor si la aterrizamos en una localización, es decir, a partir de la importancia que tiene el factor local en los alcances de la economía creativa. Dicho sector económico en general ha tendido a concentrarse, ubicarse y alimentarse en grandes entornos urbanos del mundo, grandes áreas metropolitanas cuya importancia existe de por sí dada su condición privilegiada en cuanto a capital financiero, inversión y poder, o por el legado histórico significativo de mezcla cultural y social que poseen. Es justo en este nivel de urbanidad donde se favorece la búsqueda de nuevos cauces para el desarrollo (PNUD, 2013:30-33).

Es claro que el desarrollo integral de una ciudad no está dado únicamente por su nivel de poder económico, ni por su tamaño y población. Siendo así, hay ciudades que logran un status internacional a través de otros medios, entonces ¿qué es lo que las hace exitosas? Se trata de la correcta implementación de un nuevo concepto ciudadano, más enfocado en la inclusión de temas de coyuntura internacional, y al mismo tiempo más adaptado al contexto local.

Charles Landry afirma que los recursos culturales son los materiales en crudo de la ciudad y su base de valor (Landry, 200:7). Según el autor, las ciudades exitosas parecen tener cosas en común, como el hecho de contar con individuos visionarios, con organizaciones creativas y con una política cultural que muestre una claridad en los propósitos; un ejemplo puede ser la ciudad de Barcelona (Landry, 2000:3).

De hecho, existen varios ejemplos de iniciativas internacionales orientadas a crear espacios creativos dentro de un país, región o territorio. Como ha sucedido también en Londres y Toronto, a partir del proyecto Strategies for Creative Spaces de 2005, las ciudades han buscado convertirse en espacios altamente creativos. El proyecto se centra en identificar las mejores prácticas en el desarrollo de ciudades creativas, clusters creativos y en el apalancamiento de recursos creativos para la regeneración y el progreso económico regional.

También difunde experiencias de aprendizaje en el ámbito de los clusters creativos, crea una red de relaciones bilaterales entre integrantes de los mismos, y genera desarrollo económico coadyuvando en la generación de políticas públicas (Ferruzca, 2013: 143; citado en Reyes 2013).

Es en este contexto que surge la categoría de **ciudad creativa**. Son muchos los beneficios que puede obtener una ciudad a partir de ser conocida internacionalmente bajo ese título. Estas buscan en primera instancia, incrementar la *carga cultural* que “sostiene los flujos

globales, atrayendo inversión de capital, turistas y migrantes cualificados (*la clase creativa*) a través del posicionamiento de una imagen urbana apropiada para una ciudad global, apoyando a su vez un estilo de vida culturalmente enriquecido” (Kong, 2010: 167; citado en PNUD, 2013:47).

La calidad de vida en una ciudad se puede medir a través de su espacio público, pues este se considera un reflejo de la creatividad de una sociedad. La historia ha demostrado que la configuración espacial ha sido un factor clave en el desarrollo de países, regiones y ciudades (Ferruzca, 2013: 137 en Reyes 2013).

Como ya vimos, el interés por la creatividad y el diseño se ha incrementado de manera importante en los últimos años, debido a que son elementos básicos en una economía del conocimiento bien desarrollada. Ambos factores tienen un impacto positivo en el bienestar de las personas, en el desempeño de las empresas y por lo tanto en la innovación. Europa ha sido ejemplo en la implementación de políticas públicas para lograr que los países sean más innovadores y competitivos, sobre todo en años recientes (Ferruzca, 2013: 140 en Reyes 2013).

Ejemplo de ello es el hecho de que la Unión Europea ha desarrollado una política de innovación para 2020, denominada *Unión para la Innovación*. Esta iniciativa identifica al diseño como un factor estratégico para la empresa, pues le permite mejorar la competitividad del país y contribuir al bienestar de la ciudadanía (Ferruzca, 2013: 150 en Reyes 2013).

La arquitectura contemporánea también tendrá un papel prominente en este paradigma de la economía creativa occidental, y de las ciudades creativas en específico, pues éstas últimas se basan en la provisión de infraestructura cultural a gran escala (nuevos teatros, bibliotecas y museos emblemáticos, a veces diseñados por arquitectos relevantes), al igual que en los beneficios económicos que genera (Kong, 2010: 167; citado en PNUD, 2013:47).

Todo esto ha creado un clima que ha facilitado la reciente gestación de una *economía de festival*, con una evolución cada vez más potente. Los festivales y eventos se han diversificado y multiplicado, y están cada vez más íntimamente entrelazados con la producción y la distribución cultural, así como con el turismo industrial.

La música, el cine, las artes y los festivales patrimoniales son una fuerza catalítica de las economías locales, urbanas y regionales, y no como un sector separado, sino como una colusión entre las industrias culturales, de servicios, turismo y transportes. Los festivales y eventos pueden contribuir de forma eficaz al desarrollo urbano y regional, siempre y cuando su plan de negocios se centre en el florecimiento del sector cultural en sí, en sus creadores y productores (PNUD, 2013:91).

¿Por qué han tenido éxito? Posiblemente influya el hecho de que están dirigidos a un público específico, es decir, sus consumidores son grupos delimitados ávidos de oferta cultural especializada, que toman la forma de festivales. Cada festival va dirigido a un público, no se trata de una oferta masiva e incluyente, sino de una oferta cultural que prioriza las preferencias individuales dentro de un ambiente colectivo. Se trata, sobre todo, de la creación de experiencias.

En palabras del PNUD, dentro de la economía de los festivales culturales destaca el papel clave de los individuos o los grupos, motivados sobre todo por el entusiasmo en pasatiempos o pasiones compartidas. Así que pone en primer plano eventos cuyos resultados trascienden lo puramente económico. Tales eventos requieren directores que resuelvan problemas, canalicen recursos y apliquen su creatividad para conciliar el esfuerzo de proveedores, artistas y aparato logístico, sobre todo en el mundo en desarrollo, donde los riesgos son elevados y el costo de las entradas debe mantenerse bajo (PNUD, 2013:91).

Aquí vuelve a destacar la importancia de pensar los proyectos desde el plano local, pues los beneficios para el desarrollo son mayores cuando tales cualidades de liderazgo se cultivan en las comunidades locales, en vez de importarlas desde otro lugar (PNUD, 2013:92). Esto no quiere decir que se deban cerrar las puertas a las ideas, propuestas y proyectos ya aterrizados provenientes del exterior. Por el contrario, se trata de ver la forma en que se puedan adaptar a la funcionalidad local para crear redes cada vez más amplias de colaboración económica y cultural para el beneficio de afuera hacia dentro y viceversa.

La cultura provee percepción y por lo tanto tiene muchos impactos, convirtiéndose en el prisma a través del cual el desarrollo urbano debería ser visto. Si las ciudades atrajeran a compañías internacionales que busquen una vida cultural movida y vibrante para sus empleados, se podría ver el brillo positivo de las instituciones culturales y cómo el sector cultural tiene un impacto directo en las inversiones realizadas a su favor (Landry, 2000:9).

i. El papel de los museos

Las ciudades creativas involucran el apoyo a todo proceso creativo generado en ellas, dentro de sus capacidades. Por lo tanto, estamos hablando de un bagaje cultural sumamente amplio y variado, aunque cada ciudad tenga, por así decirlo, su sello particular. Si bien la actividad cultural ha tendido a descentralizarse cada vez más, alejándose de los recintos culturales tradicionales para extenderse a todo tipo de espacios públicos, debemos reconocer el papel que han tenido los museos en el proceso de consolidación de las ciudades creativas, y más aún, del imaginario cultural general.

A nivel de pueblos, ciudades y países, las regiones han trabajado de la mano con sus museos en la edificación de su identidad, papel que se exagera en las ciudades creativas. No sólo resguardan parte del patrimonio cultural, sino que también promueven, diversifican y agilizan la dinámica de la actividad cultural, a través de diversas redes de trabajo, que incluyen desde extensiones educativas hasta voluntariados.

Al hablar de museos posiblemente pensemos en los más grandes y famosos, a los cuales Bruno Frey bautizó como Museos Superestrella ⁸ (Frey, 1998; citado en Heilbrun, 2001:209), como el Museo Metropolitano de Arte y el Museo de Arte Contemporáneo de Nueva York, el Louvre de París o el Museo del Prado en Madrid. Si pensamos en México, es probable que nos remitamos al Museo del Palacio de Bellas Artes, al Museo Nacional de

⁸ Frey, B (1998) “Superstar Museums: An Economic Analysis”, *Journal of Cultural Economics* 22, no. 203, pp. 113-125

Antropología, al Museo Universitario de Arte Contemporáneo, al Museo de Arte Moderno y/o al Museo Nacional de Arte.

Es evidente que existe una relación directa entre la urbanización y el grado de desarrollo del área donde se encuentran ubicados todos estos museos. En ciudades grandes, muchas de ellas consideradas ciudades creativas, además de ubicarse estos museos superestrella, hay una concentración importante de alternativas culturales en general. Esto forma un círculo virtuoso de impacto económico favorable, que además permite el buen funcionamiento de los museos, a la vez que mantiene activa la vida cultural de la zona.

Existen factores específicos que permiten la formación de museos de alto impacto, como las características poblacionales, aunadas a las políticas culturales que se implementen. Por lo tanto, no es posible esperar que todos los museos dentro de una ciudad tengan este comportamiento, pero sí es importante aprovechar el éxito que ya tienen algunos de ellos para que dinamicen la economía a su nivel potencial a través de, por ejemplo, el turismo cultural.

La cantidad de museos (de todos tamaños) que existen en una zona, puede no ser un indicador de alto consumo cultural ni de alta aportación económica si la mayoría de ellos se manejan con muy bajo presupuesto y no son atractivos turísticos. Pero esta cantidad implica a fin de cuentas una amplia oferta cultural que se puede explotar si se le pone la suficiente atención por parte de los hacedores de políticas, lo que aplica tanto para museos públicos como privados.

En el imaginario colectivo de la población está la convicción de que los museos son una parte importante de la cultura de un país que se debe conservar y apoyar, independientemente de la colección que resguarden. También está la convicción de que tener museos de calidad tiene un impacto positivo (sobre todo en lo social), ya sea que individualmente sean frecuentes consumidores o no.

Aurora León afirma que el museo es de todos y para todos, sin embargo, no ofrece respuestas para toda la sociedad, pues existen sectores que no han sido preparados ni socialmente ni culturalmente para acceder a un centro que le pertenece. “Esta situación real obliga a una revisión de la política educacional basada en una estructuración social de desigualdad que elige a los privilegiados de la cultura por un rasero arbitrario que ni siquiera atiende al coeficiente intelectual o derecho a la cultura del individuo, sino por la falsa medida del nivel socioeconómico que esa estructuración en clases implica” (León, 2010:329).

Para que el museo pueda ser utilizado por todos se requiere una planificación estatal en el sistema de educación que asegure la accesibilidad colectiva a la cultura. En un museo utópico, todos los individuos participarán mediante la gestión de organismos paragubernamentales, en la cooperación internacional de los museos. También se requiere una ampliación progresiva de los presupuestos concedidos al museo mediante una política económica estatal eficaz (León, 2010: 330). Aunque la autora prioriza el papel de las políticas educativas en el ámbito museístico, son las políticas culturales una herramienta más

focalizada para tratarlo, aunque es cierto que todo tiene que ir en sintonía con un marco educativo funcional y articulado con el sector cultural y con la creatividad en general.

El museo debe valorar el importe de los gastos esenciales, tales como plantilla, conservación, restauración, medios educativos, actividades culturales, gastos de montajes técnicos y servicios de publicaciones. Sólo así podrá proceder a la redistribución, atendiendo al beneficio que reporta cada valor y podrá crear motivaciones intrínsecas a su entidad que puedan colaborar al crecimiento (y desarrollo) económico. De esta manera puede crear incluso su propia editorial que beneficie al museo sin perjudicar en los costos al comprador de las publicaciones, convocando concursos que alienten la creación y rindan beneficios (León, 2010:330).

La autora propone que el presupuesto para actividades culturales debe ser realizado con la colaboración de otras entidades que atiendan al mismo fin. Si dicho fin es la educación cultural y toda la sociedad tiende a ese deseo progresivo de enriquecer su existencia, todos los participantes beneficiados de estas actividades deben contribuir al incremento del material económico para la cultura (León, 2010: 332).

Coincidiendo con lo que ya hemos recalado, dar la espalda a la educación y a una cultura humanista, sólo puede conducirnos a la deshumanización. Y sucederá más vertiginosamente cuanto más avancen y se posesionen de la sociedad las fuerzas destructivas del humanismo. Es decir, cuanto más nos apartemos de la cultura, estaremos más sometidos a los designios antisociales que acallan la necesidad de cultura. Con la cultura el hombre percibe, siente, critica, reflexiona y actúa; es la fuerza que más puede poner en marcha el camino hacia un auténtico progreso (León, 2010:346).

La creación de políticas que fomenten el desarrollo a través de la cultura y la creatividad es una tarea indispensable del sector público en la actualidad. Deben gestionarse desde y para lo local, pero tomando en cuenta que los beneficios irán más allá de las barreras geográficas. Ante el reposicionamiento del rol del sector público, las propuestas vendrán de lugares antes silenciados y permitirán un marco político cada vez más óptimo para propiciar la creatividad y encausar las expresiones culturales.

Capítulo 4.- Análisis del caso mexicano

a) Economía y cultura para el desarrollo de México

La situación de la relación interdisciplinaria existente entre la economía y la cultura en México no difiere de la ya mencionada en el primer capítulo. Es decir, no es clara y se presenta también un proceso muy lento de inmersión de la Economía cultural como subdisciplina económica, lo que ha provocado que siga siendo un campo incipiente (Reyes, 2013: 20).

Comenzaremos enlistando, como hicimos anteriormente con la ayuda del texto de Marissa Reyes y Jorge Linares, los esfuerzos intelectuales realizados en México, con lo que veremos la muy reciente incursión del tema en las agendas del ámbito académico.

En 2003 se llevó a cabo el *Seminario Internacional sobre Indicadores Culturales: su contribución al estudio de la economía y la cultura*. En 2004 se publica el libro *¿Cuánto vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor (IPDA)*, del economista Ernesto Piedras.

Este último un documento de suma relevancia por ser único en su tipo en México, y donde se empleó la metodología de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) para arrojar que las IPDA aportan un 6.7% al PIB mexicano. A pesar de críticas recibidas ⁹, la investigación denota de cualquier forma, la gran importancia de la cultura para el Producto Interno Bruto, representando en ese momento un 6.3% del PIB de México, es decir más que el sector de las telecomunicaciones (Negrete, 2013:255-256, en Crovi 2013).

Por otro lado, en 2007 Paul Tolila publica *Economía y Cultura*, y en 2010 Piedras y Eduardo Nivón presentan *Cultura y Desarrollo Humano: aportes para la Discusión y Cultura*, así como el texto *Economía: Vínculo para el desarrollo*. En ese mismo año se lleva a cabo la Tercera Cumbre Mundial de Líderes Locales y Regionales convocada por Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), en la Ciudad de México, donde se declara a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, al lado del desarrollo económico, la inclusión social y el cuidado del medio ambiente; esto quedó plasmado en el documento *La cultura: el cuarto pilar del desarrollo sostenible*.

También se organizó el Seminario de Construcción de Indicadores de Desarrollo Cultural y la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumos, con un apartado de Economía de la Cultura. A decir verdad, la presencia de los economistas mexicanos en la discusión ha sido casi nula,

⁹ Sobre esta publicación se han generado críticas a partir de su metodología; por ejemplo, la de Negrete, quien en un texto de 2013 resalta que en el libro sólo se incluye el análisis a las industrias creativas y culturales protegidas por el derecho de autor, excluyendo las festividades tradicionales, las artes escénicas, la industria artesanal, o el turismo cultural. El autor comenta que no se pueden dejar fuera estas otras expresiones del patrimonio cultural, aunque estén separadas de los derechos de autor

debido en parte a la ausencia del tema (salvo excepciones) dentro de la agenda de las universidades del país (Reyes, 2013: 21-22).

Efectivamente son contados los economistas mexicanos que han incursionado en asuntos culturales, lo cual es lamentable dado el potencial que tienen los conocimientos económicos aplicados en la resolución de problemas que tienen cabida en el ámbito cultural. Y en el amplio sentido de la palabra, como ya se ha mencionado, la cultura existe dentro del plano económico y viceversa, así que es totalmente necesario que cada vez más economistas exploren este campo interdisciplinario.

En nuestra tarea de analizar a México dentro de la óptica que estamos utilizando, debemos primero ubicarlo como una nación soberana con una riqueza cultural apabullante, que en la dinámica mundial de poder pertenece a la categoría de *país en vías de desarrollo*. Por lo tanto, comparte características con otros países que también pueden ser llamados *periféricos*, *subdesarrollados* o *países del sur*, por mencionar algunas denominaciones. Y como país Latinoamericano, México comparte también atributos regionales.

Como país periférico, se enfrenta a numerosos problemas, entre ellos uno que condiciona directamente a las industrias culturales y creativas: la informalidad. Esta situación determina la economía política del sector cultural en esos países, “sobre todo en la medida en que, en ellos, la capacidad de los gobiernos en materia de subvenciones y regulación es limitada” (PNUD, 2013:26).

Otro rasgo que ha permeado en los países del sur global (aunque en México recientemente parece suceder lo contrario¹⁰), es que la clase media está creciendo en tamaño, ingresos y expectativas, exigiendo cada vez más demandas en la economía simbólica, en oposición a la industrial. Sin embargo, su afluencia sólo existe en escasos enclaves generalmente urbanos en los que pobres y ricos convergen. Ellos consumirán, cada vez más, productos cargados con elementos culturales (PNUD, 2013:36), lo que hace posible imaginar una importancia creciente en la economía de las ICC y del sector cultural en general.

Esto hace que las dependencias históricas sean un factor crucial para analizar, en cualquier sitio donde la promoción de industrias creativas sea una prioridad (PNUD, 2013:90). En México se tiene el ejemplo de la fabricación de botas, que se concentra en la frontera de Ciudad Juárez y se comparte con Texas, siendo una industria cultural con profundas raíces históricas. (PNUD, 2013:90).

Son muchas las características que comparte el mundo en desarrollo, en materia de análisis del sector cultural podemos mencionar las siguientes: “ignorancia del funcionamiento de los mercados culturales contemporáneos, nacionales e internacionales; aptitudes inadecuadas en materia de gestión y organización en el sector cultural, o habilidades profesionales poco desarrolladas; y, finalmente, a menudo pero no siempre, un grado de interferencia política que obstaculiza la verdadera creatividad” (PNUD, 2013:84).

10 Véase <https://www.sinembargo.mx/16-04-2019/3566866>

Todo esto en un contexto en el que las fuerzas centrípetas de la economía global conducen al fuerte descenso de la financiación estatal por medio de ajustes estructurales y programas similares (PNUD, 2013:84). Esto afecta directamente al sector cultural de la economía, pues las modificaciones políticas han reducido en muchos casos las posibilidades de su financiación.

Situándonos en la región de América Latina y el Caribe, encontraremos que, si bien las naciones pueden compartir situaciones como las mencionadas anteriormente, el escenario está muy diversificado. Por un lado, Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Cuba tienen un marco de economía creativa ya instaurado. Destaca el caso de la ciudad de Buenos Aires, que se ha convertido en un punto de referencia global por su estrategia de industrias creativas. Mientras que México, Perú y Uruguay están apenas empezando a reconocer el potencial del sector. En el otro extremo, Bolivia, Ecuador, Paraguay, Venezuela y los Estados Centroamericanos todavía no comienzan (PNUD, 2013:79).

Dentro del proceso de inmersión que atraviesan los países en vías de desarrollo en temas relacionados a la economía creativa, se enfrentan a la necesidad de implementar una *agenda para lograr ciudades creativas*. Como ya vimos, este título se refiere a “una idea que se basa en la provisión de infraestructura cultural a gran escala (nuevos teatros, bibliotecas y museos emblemáticos, a menudo diseñados por arquitectos relevantes) y en los beneficios económicos que genera” (PNUD, 2013:47).

Para casos como el de México, el problema que surge ante esta idea, es justamente ¿cómo lograr que una ciudad dentro de una economía en desarrollo, se transforme en una ciudad creativa? Tomando en cuenta que este modelo de ciudad se encuentra mucho más avanzado en el mundo desarrollado, como sucede en Europa, los países en vías de desarrollo carecen de ejemplos a seguir que sean verdaderamente aplicables a su situación particular. Surge así la necesidad de gestionar proyectos desde el ámbito local.

La participación social en el arte y la cultura ha mostrado ser predominantemente urbana, así que serán las ciudades los principales motores con los que se mueva la economía del sector cultural. Esta es una situación aplicable a México, debido a que, en él, el sector cultural rural tiene una participación mínima en la economía local. Esto no quiere decir que así es como debería ser, pero el impulso de la cultura local en áreas rurales es más complicado que en las urbes, y se requiere pensar la situación particular para saber por dónde abordar esta posible vía de desarrollo.

Como menciona el PNUD, existe el peligro de que se imponga en los países subdesarrollados una agenda de *ciudad creativa* importada y cada vez más formulada de manera poco realista, incluso perjudicial, ignorando las necesidades locales y pasando por alto las oportunidades para avivar las expresiones culturales ya existentes. Esta imagen de capital cultural, puede tener poco sentido para gran parte de la población local; megaproyectos en potenciales *ciudades globales* pueden privar de derechos a la población local o permanecer ajenos a las necesidades reales de sus comunidades.

A esto se agrega que en todo el mundo en desarrollo los consumidores tienen acceso a una mezcla de contenidos importados, persistentes expresiones locales e híbridos de influencia externa con tradiciones nativas. La clave está en asegurar que la cultura local siga siendo viable y esté representada a través de dichos contenidos (PNUD, 2013:85).

Es por ello que las políticas económicas y culturales adquieren nuevos niveles de relevancia en los países en desarrollo, destacando el caso de México, que ya ha sido reconocido por Naciones Unidas debido a su reciente evolución y potencial para hacer de sus ciudades y ciudades-región un importante impulso económico y cultural¹¹

Si nos preguntamos ¿qué es lo que más se necesita en México en términos generales? es casi seguro que nos vendrá a la mente responder *mejor educación*, pues su carencia está aunada intrínsecamente a la mayoría de los problemas del país. Aunque no es nuestro objeto adentrarnos en la evolución del sistema educativo mexicano o su estado actual, la educación va caminando de la mano con la cultura. Recordemos que estamos utilizando el término *cultura* en su sentido más adjetivo que sustantivo, así que podemos afirmar que la demanda de cultura (bienes y servicios culturales, entre otras actividades relacionadas) estará directamente relacionada con el nivel educativo de la sociedad.

Si bien para el sector político mexicano la educación no ha sido una prioridad, diversos organismos que trabajan en pro del desarrollo han impulsado esfuerzos para que los gobiernos de cada vez más países vayan adoptando un papel más activo en cuanto al mejoramiento de sus sistemas educativos, de manera que tengan como protagonistas a la cultura y la creatividad.

Y estas afirmaciones no son sólo intuitivas, pues según el Marco de Acción de Dakar **12**, aprender través de las artes puede aumentar el aprendizaje activo, mejorar un currículo para hacerlo localmente relevante, fomentar el respeto por la participación en culturas y comunidades locales, y tener un profesorado formado y motivado (PNUD, 2013:119).

También en la Conferencia Mundial sobre la Educación Artística de 2006, y la Hoja de Ruta para la Educación Artística se subrayaba que los métodos y currículos de educación artística tienen la necesidad de dotar a los jóvenes con aptitudes ligadas a la creatividad, también para que puedan expresarse, tener una visión crítica del mundo, y participar activamente en los diferentes aspectos de la existencia humana (UNESCO, 2006:5; citado en PNUD, 2013:119).

A nivel internacional, la UNESCO cuenta con un Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC), el cual busca invertir en proyectos que conduzcan al cambio estructural mediante políticas y estrategias con un efecto directo en la creación, producción, distribución y acceso a la diversidad de expresiones culturales. Moldea los proyectos a través de una clara definición de sus prioridades, mismos que son diseñados y gestionados localmente, generando una excelente diversidad de experiencias en el desarrollo y el fortalecimiento de la política cultural y la industria cultural (PNUD, 2013: 134-135).

11 Véase PNUD, 2013:33

12 Adoptado en el año 2000 bajo el programa *Educación para Todos*

Esto es relevante para nuestro análisis ya que México ha sido un beneficiario activo del FIDC. Por ejemplo, en el rubro de proyectos que apoyan los objetivos de desarrollo empresariales y de negocio, respecto a redes y asociaciones profesionales, se creó una red de profesionales y expertos culturales menores de 40 años. En cuanto a proyectos que apoyan la gobernanza y las políticas públicas, en fortalecimiento de capacidades instituciones, en México los responsables de cultura de consejos municipales y municipios fueron formados en gestión, técnicas organizativas y cuestiones legales relacionadas con las industrias culturales y creativas (PNUD, 2013: 138-140).

México ha participado activamente también en otras iniciativas de la UNESCO, como la de Patrimonio de la Humanidad (World Heritage Sites), donde se distingue por ser uno de los países que cuenta con más registros de ciudades, centros históricos, zonas arqueológicas, o zonas naturales, de importancia nacional e internacional. De hecho, en la lista de UNESCO, México se encuentra en 6° lugar a nivel mundial con 31 sitios, 27 de ellos culturales y 4 naturales (Ferruzca, 2013: 145-147; en Reyes, 2013).

En cifras ofrecidas por el gobierno mexicano en el marco de la aprobación del Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018¹³, se enaltece la infraestructura cultural creada en el país a lo largo de la historia, siendo la mayor en América Latina. Dicha infraestructura comprende 187 zonas arqueológicas abiertas al público, cerca de 108,000 monumentos históricos, más de 1200 museos, 22,630 bibliotecas, más de 1,500 librerías, 620 teatros, 1,873 casas y centros culturales, 402 galerías y 654 auditorios (Diario Oficial de la Federación, 2014).

Claramente la cantidad de infraestructura no condiciona un buen mantenimiento de la misma. Saber que existen 1,873 casas y centros culturales no nos dice mucho si no conocemos su estado, si todos están en funcionamiento, en qué condiciones físicas y de innovación se encuentran, y si son suficientes para atender a todos los mexicanos. Lo mismo aplica para cualquier infraestructura cultural.

En el caso de las zonas rurales, basta con visitar cualquier centro cultural o biblioteca para darnos cuenta de la precariedad de recursos con las que se manejan. El interés (y nivel educativo) del personal que los maneja generalmente deja mucho que desear, al igual que las actividades que ofrecen, lo que es sólo una pequeña muestra de la nula prioridad presupuestal que le dan los gobiernos municipales a la cultura. De tal manera que, en el mejor de los casos los espacios culturales terminan siendo auto gestados por la comunidad, aunque al final la mayoría de las actividades culturales sucedan fuera de ellos. Es así como el papel que juega la infraestructura para la cultura en México acaba siendo limitante.

Situándonos en la Ciudad de México, esta precariedad no difiere mucho, pues salvo casos contados como el de los recintos más emblemáticos o aquellos ubicados en zonas donde habita la clase social más *privilegiada*, la infraestructura cultural se encuentra lejos de estar en sus mejores condiciones. Aquellas que dependen de presupuestos públicos se encuentran en total detrimento.

13 El PECA 2014-2018 se desglosará más adelante.

Con todo y la infinidad de problemas a los que se enfrenta día a día el sector cultural, logra tener un comportamiento positivo que obliga a voltearlo a ver, no sólo como parte de la demanda de las familias en cuanto a ocio y entretenimiento, sino como factor que aporta al desarrollo económico del país.

“El flujo económico de la cultura alcanza casi 380 mil millones de pesos que representan el 2.7% del Producto Interno Bruto de México, similar al de España (que es del 2.8%) y superior al de Colombia y Chile (1.8 y 1.3% por ciento respectivamente). El PIB de la cultura es 55 veces mayor que el valor agregado de los centros nocturnos, discotecas, bares, cantinas y similares. El gasto de los hogares mexicanos por adquirir bienes y servicios culturales es significativo: 3.8% es decir, se ubica en el rango del gasto en telefonía y renta de vivienda (3.4% cada uno) y de muebles, aparatos y accesorios domésticos (4.4%). Existe, en consecuencia, un potencial mercado que las industrias culturales pueden alimentar con producción diversa y de calidad, estrategias mercadotécnicas y políticas públicas favorables” (Diario Oficial de la Federación, 2014).

Pareciera que los gobiernos recientes estuvieran perfectamente conscientes del potencial de la cultura y de las necesidades del sector, sin embargo, esto no se ha materializado en acciones que generen un impacto. Una cosa es el deber ser y otra cosa es el ser.

Si bien toda esta riqueza cultural no se ha compaginado con la economía de la manera en que sucede con otros países, México sí cuenta con alternativas para lograr incrementar el impacto. Ya sea a través del mejoramiento de la medición del rubro y su consecuente análisis, a través del mejoramiento de las políticas pertinentes, o tomando todo lo que las organizaciones internacionales ofrecen en este ámbito, puede ser posible que el tema tome la fuerza suficiente para ser realmente el cuarto pilar del desarrollo del país.

i. Bienes y servicios culturales

El arte y la cultura se modelan haciendo uso del concepto económico de fallas de mercado¹⁴. En México las acciones públicas de fomento a la cultura se construyen con base en la importación del modelo económico de bienes públicos y de aumento de la oferta como remedio a una falla de mercado. Cuando el aparato estatal destina recursos públicos para las políticas públicas específicas en el rubro de arte y cultura, uno de los principales argumentos es justo el hecho de que el arte y la cultura son bienes públicos (Romo, 2013 en Reyes 2013).

Recordemos que el concepto de bienes públicos se refiere a aquellos que, en un enfoque binario y por ende limitado, cumplen las condiciones de no rivalidad y de no exclusión. La primera significa que el disfrute de estos bienes por parte un individuo no disminuye ni afecta la posibilidad de consumo que los demás tienen de ese mismo bien. La condición de no exclusión implica que cuando se provee un bien público, no se puede discriminar a los

¹⁴ Situación en la cual el mercado, por sí solo no asigna una cantidad de un bien eficiente en el sentido de Pareto como sucede cuando la provisión se trata de un bien público (Varian, 1999:641-665)

consumidores e impedir a alguno de ellos hacer uso del bien (Varian, 1999: 641-665; citado en Romo, 2013:187 en Reyes 2013).

No todos los bienes artísticos y culturales cumplen completamente la condición de no exclusión y esto podría invalidar el estudio de su existencia como la provisión de bienes públicos. Sin embargo, según Frey (2003) esta condición puede aplicarse a la cultura como un todo o solamente a alguna de sus partes (Romo, 2013:188 en Reyes 2013).

En cuanto al papel de estos bienes y servicios en la economía local, es indispensable que se analicen las fuentes de efectos de rendimientos crecientes que contiene dicha economía (PNUD, 2013:109). La dificultad radica en cómo analizar tanto el tamaño del mercado, como los activos culturales, físicos, institucionales y económicos, existentes y potenciales, que permitan un desarrollo de políticas eficaz. Es decir, es un desafío tanto para la demanda como para la oferta (PNUD, 2013:109).

En este caso se puede emplear la técnica del mapeo para el control de los activos culturales locales, pues implica el control sobre la generación de conocimiento por parte de las comunidades, quienes continúan la reflexión en torno a los activos que podrían ser usados o desarrollados, junto con el análisis de sus fuerzas y capacidades (PNUD, 2013:109).

ii. Nuevos cauces de economía cultural en México

En los últimos años hemos visto un despegue de la escena creativa local, sobre todo en centros urbanos, materializada en la ya mencionada economía del festival, y, destacando en el caso mexicano, en los bazares de diseño independiente que han proliferado sobre todo en las ciudades. Esto entra en un contexto en el que se busca que las ciudades sean nombradas ciudades creativas, en donde el diseño artesanal es una pieza central para que esto se logre. Estos bazares, generalmente ubicados en zonas con una escena cultural y económica vanguardista, han trabajado para que los creadores, artistas y proyectos independientes tengan voz dentro de un modelo económico que tiende a la generación de oligopolios.

Con esto se logra que el vínculo entre productor y consumidor sea muy estrecho y que los productos lleguen a su público objetivo. Este boom no sería posible de entender sin destacar el papel que han tenido las redes sociales. Los bazares llegan a autonombrarse culturales, también por el hecho de que se piensan como eventos en los que la compra-venta convive con ámbitos culturales fundamentales como la música y la danza, e incluso el arte culinario (romantizando todo lo que se llega a ofrecer en ellos). Esto es además del contenido simbólico creativo que de por sí contienen los productos que ofrecen.

Las propuestas son cada vez más diversas y numerosas, y la clase media urbana, ávida de espacios que ofrezcan más que la simple compra-venta, está volcando parte de sus ingresos en estos bazares que también giran alrededor de la idea del consumo responsable. Ya sea por moda o por conciencia, es de aplaudirse que a nivel urbano se estén difundiendo prácticas

ecológicas (o amigables con el medio ambiente, como recientemente se les llama), que promuevan lo artesanal y complementen el espectro cultural local. **15**

b) La medición de la cultura en México

El libre acceso a estadísticas culturales completas y actualizadas es crucial para que la ciudadanía pueda hacer un aporte, a través de estudios e interpretaciones que den lugar a una conciencia cultural colectiva. En México, una de las principales contribuciones de la medición del sector de la cultura es la cuantificación del Producto Interno Bruto generado por las actividades de mercado agrupadas en este sector, así como la producción cultural que realizan los hogares y la gestión pública en cultura por parte del gobierno (INEGI, 2018).

Recordemos que en la justificación de la Cuenta Satélite de la Cultura en México se menciona que, si bien la cultura no es cuantificable como conjunto de costumbres, tradiciones, creencias y valores, sí lo son las prácticas y comportamientos asociados a la misma, a través de los flujos económicos generados por las actividades que conforman el sector y que vinculan a diferentes agentes económicos (INEGI, 2018: 239).

Dada la evolución de los centros urbanos y como país “en desarrollo”, México ha mostrado un comportamiento dinámico en los rubros culturales de la economía. Por ello es necesario que cuente con herramientas para medir y analizar este fenómeno.

El estudio pionero para el caso mexicano fue realizado por Ernesto Piedras (2004), quien trató de ver el peso del sector cultural del país, centrándose en especial en las industrias culturales. Tolila menciona que el estudio permitió, sin dejar de lado el necesario debate sobre los métodos que mencionamos al inicio, lanzar de manera más ordenada la discusión sobre el valor de la cultura. Piedras arrojó resultados que evalúan este peso en cerca del 5.7% del PIB nacional. Y al evaluar el peso de la piratería mafiosa, lo que llama economía sombra, en más del 2% del PIB, entonces el peso económico de las actividades culturales medidas en este caso representa en suma más del 7% del PIB mexicano (Tolila, 2007:93-94).

i. Marco institucional

Para conocer y entender cómo se mide la cultura en México debemos remitirnos a los antecedentes institucionales, pues esto ha condicionado la manera en que se maneja a la cultura en la actualidad. Tomemos en cuenta que fue en 1921 cuando se creó la Secretaría de Educación Pública, y todas las transformaciones democráticas, económicas y sociales por las que el país ha pasado. De ahí fue hasta 1988 que se creó el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) como organismo coordinador de las políticas que en la materia

15 Para más información sobre proyectos que impulsan las Industrias Creativas en México, consultar Ferruzca et al. 2013: 153-161

ejecuta a nivel nacional el Gobierno Federal. Es apenas en 2015 cuando el Consejo se transforma (esperando no sólo sea de nombre) para dar lugar a una Secretaría de Cultura.

Las instituciones culturales creadas y sostenidas por el Estado mexicano en la primera mitad del siglo XX, es decir, el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), continúan teniendo un papel preponderante en la protección, promoción y conservación del patrimonio y en la investigación y la formación cultural.

Ese papel ha sido también pilar del estímulo a la creación, de la educación de múltiples generaciones de mexicanos y de la protección de nuestro patrimonio. Los más recientes esfuerzos políticos para entender a la cultura como parte del desarrollo, por ejemplo, el Programa Nacional de Cultura que analizaremos más adelante, parten de este historial, y por lo tanto se anclan en la evolución contemporánea del país.

Además de las instituciones federales creadas en los años 80 y 90, tales como el Instituto Mexicano de Cinematografía, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes o el Canal 22, es de suma importancia la existencia en todos los estados de secretarías, institutos o consejos de cultura, activos e indispensables ejecutores y promotores de toda política cultural que aspire a ser nacional, y que fueron consideradas por CONACULTA como copartícipes y corresponsables (PNC, 2007).

Han sido estas instituciones, históricamente con más relevancia el Consejo, las encargadas de analizar la situación de la cultura en el país, con el apoyo de datos estadísticos que, muy recientemente, comenzaron a ser recopilados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Ya que en 2015 se crea por decreto presidencial la Secretaría de Cultura, aboliendo CONACULTA, esta nueva secretaría oficialmente es ahora la:

“institución encargada de la promoción y difusión de las expresiones artísticas y culturales de México, así como de la proyección de la presencia del país en el extranjero. Impulsa la educación y la investigación artística y cultural y dota a la infraestructura cultural, de espacios y servicios dignos para hacer de ella, un uso más intensivo. Trabaja en favor de la preservación, promoción y difusión del patrimonio y la diversidad cultural. Asimismo, apoya la creación artística y el desarrollo de las industrias creativas para reforzar la generación y acceso de bienes y servicios culturales, además de que promueve el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos que ofrece la tecnología digital” (Secretaría de Cultura, 2015).

Ha sido el conjunto de este marco institucional junto con las estadísticas arrojadas por el INEGI, principalmente a través de la Cuenta Satélite de la Cultura, las encargadas de realizar los aportes a la medición, manejo de datos y análisis del sector cultural en México.

¿Es este marco institucional el más adecuado? Posiblemente no. Por ejemplo, Tolila propone que la organización de la vigilancia estratégica de las industrias culturales en un país como

México, debería ser objeto de una instancia interministerial que pudiera reunir a Conaculta, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, así como a los representantes del sector privado involucrado. Para el autor, sólo así los sistemas de observación y de información de todos estos colaboradores encontrarían un medio de acción natural y fructífero (Tolila, 2007:185).

Abramos entonces las posibilidades de replantear el organigrama político mexicano, a favor del mejor manejo del sector cultural de la economía. ¿Está siendo la Secretaría de Cultura una mejor institución? ¿lo será a largo plazo?

ii. Estadísticas culturales en México

Los datos son útiles sólo si los comparamos con otros similares, de ahí la importancia de que organismos internacionales provean información de los países. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), se ha dado a la tarea de hacer comparaciones que nos permitan ver el desempeño de México en el mundo.

Según la OMPI, en cuanto a la contribución al PIB nacional de las industrias de derechos de autor, México se encuentra por debajo del promedio mundial, con el 5.20% contra el promedio mundial de 5.36% (PNUD, 2013: 165). Por el contrario, en cuanto a la contribución de estas industrias de derechos de autor al empleo nacional, México se encuentra muy por encima del promedio mundial con una cifra cercana al 12%. A partir de esta información podemos acercarnos a las estadísticas nacionales para analizar el comportamiento de dichas industrias, y del sector cultural en general.

A inicios de 2014, el INEGI en conjunto con la ahora extinta Conaculta, presentaron por primera ocasión la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2008-2011. Este documento presentó la cuantificación de los flujos generados por actividades económicas asociadas a la cultura como parte del Sistema de Cuentas nacionales, apoyándose en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012 (Piedras, 2015).

El INEGI la describe como el sistema de información que presenta el valor económico del sector de la cultura y su participación en la economía nacional. Para su formulación se siguieron las recomendaciones y estándares estadísticos internacionales como el Sistema de Cuentas Nacionales 2008 de las Naciones Unidas, el Marco para Estadísticas de Cultura de la UNESCO y la Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica del Convenio Andrés Bello.

El sistema incluye cuadros de resultados con cuentas de producción, generación del ingreso, oferta y utilización, gasto, puestos de trabajo y personas ocupadas por sexo, además de indicadores no monetarios. Actualmente se toma como base el año 2013 (INEGI, 2013).

El INEGI afirma que el análisis que propicia la cuenta satélite permite profundizar en el conocimiento del sector al caracterizarlo de una manera diferente a como se trabaja en el contexto de la contabilidad nacional tradicional. Permite analizar con un mayor nivel de

detalle elementos como el gasto en cultura, su financiamiento, la forma como se gasta y la cantidad; lo que muestra la dinámica de las actividades que integran el sector de la cultura.

También menciona que uno de los impactos económicos que tiene el consumo de algunos bienes y servicios culturales, es el incremento cualitativo del capital humano, es decir, la posibilidad de adquirir capacidades y conocimientos que aumenten su capacidad productiva y contribuyan a la generación de flujos económicos o culturales futuros. Recalca que la cultura no solo contribuye al desarrollo individual y la formación de identidad, sino que también puede considerarse un área de demanda de recursos que requiere financiamiento y apoyo. También aporta a la generación del ingreso y del empleo a la economía de un país (INEGI 2018).

Para entender el marco en el que se piensa la CSCM debemos conocer cómo es que éste sistema entiende a la cultura. La Cuenta toma como base las definiciones generales de la UNESCO. Parte de lo que mencionamos en el primer capítulo y define a la cultura como el conjunto de creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, sistemas de valores y las prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en una sociedad. Considera entonces que todas las actividades humanas tienen un carácter cultural, ya que son generadoras de procesos de significación (INEGI, 2018).

Como estos elementos no son suficientes para medir las creencias y valores en forma directa, se establecen los mecanismos para cuantificar las prácticas y comportamientos que se asocian a ellos. Entonces la CSCM define al proceso cultural como un conjunto de productos y actividades humanas que permiten transformar las ideas y aspectos creativos a través de un proceso de creación (Cr), producción (P), transmisión (T), consumo y apropiación (C), preservación (Pr) y formación (F), materializados en bienes y servicios culturales, caracterizados por su contenido simbólico (INEGI, 2018).

A finales de 2018 el INEGI emitió un comunicado de prensa en el que informaba los resultados obtenidos en la Cuenta Satélite de la Cultura en 2017. En él se recapitula el sistema clasificatorio utilizado por la CSCM, la división por áreas a partir de la cual basa su análisis:

a) Artes visuales y plásticas: incluye la creación de obras de naturaleza visual; apela al sentido estético y puede expresarse de manera multidisciplinaria y a través de distintos medios. Comprende dibujo, fotografía, pintura, escultura, grabados, además de otros bienes y servicios relacionados como fototecas o pinacotecas;

b) Artes escénicas y espectáculos: agrupa eventos y espectáculos culturales en vivo relacionadas con el teatro, la danza, la ópera, espectáculos artísticos y culturales en general (incluidos los deportivos), además de algunos servicios como los prestados por promotores y agentes, y el alquiler de espacios para presentar los eventos;

c) Música y conciertos: esta área general define a la música en todas sus formas, incluyendo presentaciones y espectáculos musicales grabados y en vivo, composiciones, e instrumentos musicales; abarca también la prestación de servicios fonotecas y de derechos de autor para este tipo de obras;

d) Libros, impresiones y prensa: concentra todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos, por ejemplo, las modalidades electrónicas; cabe mencionar que la impresión se incluye por ser

parte de la función de producción de la industria editorial. Comprende a la industria del libro, periódicos, revistas, publicaciones periódicas y otros productos editoriales como postales, carteles, almanaques y atlas, además de agencias de noticias, librerías, hemerotecas, y servicios de derecho de autor para obras literarias;

e) Medios audiovisuales: agrupa la difusión y las industrias de cine, radio, televisión, filmes, videojuegos, formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras, además de videotecas o cinetecas, y la prestación de los servicios de derechos de autor, distribución y exhibición de este tipo de productos;

f) Artesanías: de acuerdo con el FONART se definen como un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida de la región donde habita el artesano. Para la CSCM las áreas específicas en las que se subdivide este campo son: alfarería y cerámica; fibras vegetales y textiles; madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería; cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia; metalistería, joyería y orfebrería; lapidaria, cantería y vidrio; talabartería y marroquinería; y alimentos y dulces típicos;

g) Diseño y servicios creativos: incluye actividades, bienes y servicios asociados con el diseño creativo, artístico y estético de objetos, edificaciones y paisajes; abarca por ejemplo modas, textil, joyería, gráfico, informático, interiores, paisajismo, arquitectónico, publicidad, e incluye también al servicio de propiedad intelectual en marcas y patentes entre otros. El objetivo principal de los servicios de arquitectura, publicidad e industrial es prestar un servicio creativo o hacer un aporte intermedio a un producto final que no siempre es de naturaleza cultural;

h) Patrimonio material y natural: el material incluye los monumentos históricos, el arqueológico, el que se resguarda en los museos y bibliotecas, los repositorios o archivos de textos impresos y contenidos audiovisuales y objetos con un carácter histórico; por su parte el natural agrupa formaciones naturales, geológicas y fisiográficas y zonas demarcadas que constituyen el hábitat de especies de plantas y animales en peligro de extinción, así como sitios naturales de gran valor desde la óptica de la ciencia y la conservación, y desde la perspectiva de su belleza natural; se incluyen servicios como los prestados por organizaciones y asociaciones civiles dedicadas a la cultura y a la protección del medio ambiente y a los animales;

i) Formación y difusión cultural en instituciones educativas: comprende el conocimiento, prácticas y emprendimiento que busca potenciar y desarrollar la sensibilidad, la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica a partir de manifestaciones materiales e inmateriales⁵⁶; se subdivide en formación pública y privada que abarca la educación formal a nivel superior en los campos relacionados con el arte y la cultura; y en la difusión pública y privada de actividades artísticas, culturales, talleres y programas en los diferentes niveles educativos;

j) Producción cultural de los hogares: consiste en la valoración monetaria de los flujos económicos realizados por los integrantes de los hogares en los distintos aspectos del ámbito cultural, tales como aportaciones en dinero y en especie y participación voluntaria en la organización y desarrollo de festividades (patrias, religiosas o carnavales), sitios y eventos culturales seleccionados; la impartición voluntaria de cursos y talleres culturales; la adquisición

de productos culturales en la vía pública; la elaboración artesanal para uso final propio; y la producción de espectáculos culturales en la vía pública (INEGI, 2018: 238-239).

LA CSCM adopta una frontera general de la producción para acotar las actividades productivas que entran en su estudio, excluyendo a las actividades que se consideren personales, como la práctica de un instrumento, la pintura, escultura, fotografía, escritura, etcétera, ya sea para fines familiares o personales; la actividad de narración de historias y cuentos en el marco familiar, de amigos, etcétera; las copias de discos de música, DVD's, para uso propio o familiar que sea diferente de la reproducción ilegal para la venta; las prácticas tradicionales rituales u otras dentro del núcleo de familiares y amigos; y los encuentros familiares, étnicos, que no se extienden más allá de amigos y familiares (INEGI, 2018: 243). Así al final, el clasificador de la CSCM se integra por 123 clases de actividad económica, de las cuales 78 son actividades características y 45 actividades conexas.¹⁶

Durante 2017, el Producto Interno Bruto de la cultura en México alcanzó un monto de 661 mil 505 millones de pesos, lo que representó el 3.2% del PIB total. Porcentaje del cual el valor de los bienes y servicios de mercado forman el 2.4 %, y donde las actividades no de mercado (como la producción cultural de los hogares) son el 0.8% restante. La mayor aportación estuvo agrupada en los servicios de medios audiovisuales, la fabricación de bienes culturales como artesanías, y la producción cultural de los hogares. Esto en conjunto representó el 73.9% del valor generado por la cultura (INEGI, 2018-B).

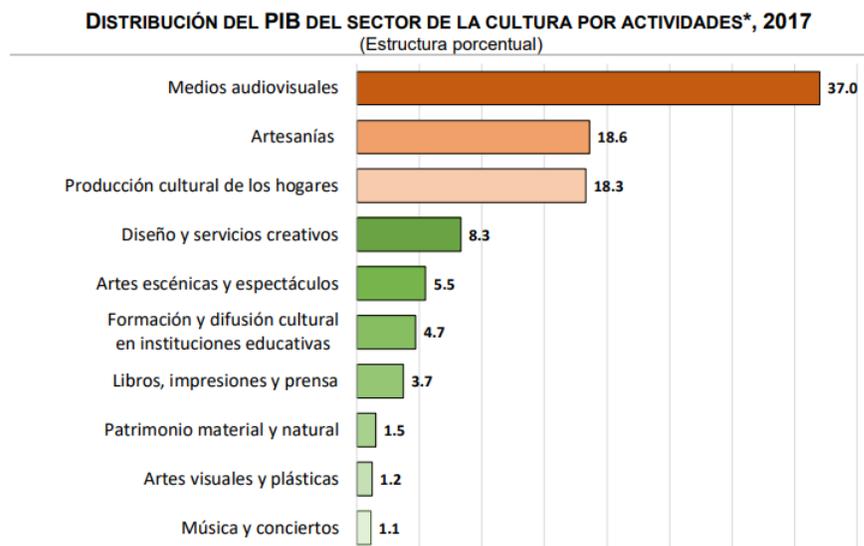
Según los datos del INEGI (2018), este 73.9% de la producción cultural se desagrega del PIB de la cultura por actividades económicas, con la siguiente distribución. Las categorías más significativas fueron las de medios audiovisuales, las artesanías y la producción cultural de los hogares, representando el 37%, 18.6% y 18.3%, respectivamente.

A estas le siguieron el diseño y servicios creativos con 8.3%; las artes escénicas y espectáculos con 5.5%; la formación y difusión cultural en instituciones educativas con 4.7%; libros, impresiones y prensa con 3.7%; patrimonio material y natural con 1.5%; artes visuales y plásticas con 1.2%, y música y conciertos abarcando el 1.1%

El PIB del sector de la cultura a precios constantes, mostró un crecimiento real anual de 5.3% en 2017, es decir mayor que el crecimiento de la economía en su conjunto. La siguiente gráfica (imagen 6) muestra la distribución antes mencionada:

¹⁶ Se puede consultar en el documento de INEGI (2018: 247-248) En línea <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/cn/2013/cultura/doc/metodologia.pdf>

Imagen 6.- Distribución del PIB del sector de la cultura por actividades, 2017



Fuente: INEGI 2018

Del total del gasto en bienes y servicios del sector por actividades culturales, podemos ver la distribución en la siguiente imagen:

Imagen 7.- Gasto en bienes y servicios del sector por actividades culturales, 2017



Fuente: INEGI 2018

Por otro lado, podemos ver cómo se conforma la distribución de los empleos en las actividades culturales para el mismo año en la siguiente imagen:

Imagen 8.- Puestos de trabajo ocupados en el sector por principales actividades culturales, 2017



Fuente: INEGI 2018

Si la mayoría del producto del sector de la cultura es proveniente de los medios audiovisuales, habría que analizar qué parte de la cadena productiva de esos medios se encuentra anclada al país. ¿Cómo han afectado los cambios tecnológicos, principalmente el internet junto con los servicios de multimedia por streaming, a este porcentaje? Es posible que siga en aumento dado que de todos los rubros es el más propenso a cambios en el corto plazo.

Por otro lado, ante el gran porcentaje que abarcan las artesanías en esta categoría¹⁷, ¿qué se está haciendo para impulsar la creación artesanal? Este rubro tiene un fuerte anclaje industrial, pero en relación a las políticas que la norman, ¿se están viendo como industrias manufactureras o sí se le está dando el peso simbólico y cultural que tienen las creaciones? ¿Qué tanto de este producto se está obteniendo de una balanza de pagos positiva? ¿Se tendría que explotar más hacia afuera? ¿Qué tanto se relaciona con el turismo cultural?

Sobre la producción cultura de los hogares, que es más del 18% del producto total, se podría aspirar a un porcentaje mucho mayor con un impulso al consumo cultural. El crecimiento de las clases medias impulsaría este consumo cultural individual, y las políticas tendrían que estar enfocadas a incrementarlo.

El gasto en bienes y servicios del sector es un reflejo casi perfecto del producto del mismo. Llama la atención, analizando los rubros con menores porcentajes, que el diseño y los

¹⁷ Recordemos que esta categoría incluye alfarería y cerámica; fibras vegetales y textiles; madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería; cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia; metalistería, joyería y orfebrería; lapidaria, cantería y vidrio; talabartería y marroquinería; y alimentos y dulces típicos.

servicios creativos sólo representen el 2.4% del gasto, pues como hemos descubierto a lo largo de la investigación, éstos son los servicios que a nivel internacional han tomado protagonismo en los temas de economía creativa, con todo y que se consideren industrias de apoyo en la mayoría de las clasificaciones.

El gasto en patrimonio cultural y natural sólo representa el 2.4% del total, lo que infiere una falta de visión, en primer lugar, para potencializar el turismo cultural, y en segundo lugar, una necesidad de revalorizar por completo el patrimonio del país empezando por inculcarlo en el imaginario colectivo nacional.

Por otro lado, ¿qué están contabilizando como música, dentro del rubro música y conciertos que representa el 1.5% del gasto cultural? ¿Por qué no lo están incluyendo en medios audiovisuales? ¿Están contabilizando la música en streaming?

Por último, las artes visuales y plásticas son la categoría con el menor porcentaje de gasto, ¿están contabilizando sólo materiales y la industria fotográfica?

La distribución de empleos sí difiere del producto y del gasto, sobre todo en las categorías más grandes. Las artesanías acaparan el 36.2% de los puestos de trabajo en el sector cultural. Se corre el riesgo de que se esté duplicando la contabilización de empleos del rubro junto con los empleos manufactureros. ¿Por qué no se impulsan los empleos creativos más allá de lo manufacturero? ¿Esto denota una falta de oportunidades de capacitación en ámbitos culturales y creativos? Las políticas educativas en este sentido tendrían que generar el ambiente propicio para que la pirámide de empleos se comience a invertir, y los empleos basados en las artes comiencen a ensancharse, por medio de un proceso de capacitación de la mano de obra que actualmente no se involucra más allá del proceso manufacturero artesanal.

Surgen muchas dudas a la hora de ver con detalle las estadísticas que la CSCM comparte. Dudas que evidencian las necesidades del país, e indispensables para generar propuestas de políticas culturales y económicas.

Como indica Ernesto Piedras, si bien este ejercicio representa un gran avance en materia de la medición sistematizada del impacto económico de la cultura en el país, el esfuerzo ciertamente no termina aquí. Resulta de gran importancia promover el diálogo y retroalimentación sobre los alcances, fortalezas y áreas de oportunidad de la CSCM, para continuar elaborando una medición precisa y recurrente de la aportación cultural a la economía como una herramienta para promover el crecimiento económico y bienestar a nivel nacional (Piedras, 2015).

c) Inversión pública y políticas culturales en México

Ya hemos profundizado en el tema de políticas culturales y cómo se relacionan con la inversión pública y la financiación. Hemos visto que deben estar adecuadas al contexto local y ser gestionadas preferentemente desde adentro de la comunidad a la que son aplicadas.

En este sentido también se puede afirmar que se desarrollan de mejor manera cuando se implementan junto con el objetivo de preservar y renovar la cultura tradicional. Por supuesto también con la visión de reducir las desigualdades más que de exacerbarlas, así como para proporcionar un medio de subsistencia para muchos, en lugar de beneficios desproporcionados para pocos (PNUD, 2013:84).

En términos de organización, la política cultural en México es parte de una estructura que tiene como sustento principal los derechos de la cultura, incluidos el derecho a la información y el derecho al acceso a la cultura, establecidos en la Constitución.

Después se ubican las leyes reglamentarias de las instituciones de la cultura, que son el Instituto Nacional de Bellas Artes e Instituto Nacional de Antropología e Historia. Posteriormente se encuentran los programas sectoriales de la cultura (política cultural), derivados del sistema nacional de planeación democrática que la Constitución define. Por último, se encuentra la administración pública de la cultura.

Todo lo anterior da como resultado al Sistema Mexicano de Política Cultural, que se integra de una enorme variedad de temas que abarcan el patrimonio material, inmaterial, histórico y artístico; la propiedad intelectual, la educación cultural y artística; los medios públicos; el sistema de videotecas, la Fonoteca y la Cineteca Nacional; las culturas populares, etc.

Dicho sistema permite y posibilita la diversidad cultural y lingüística de un país; la promoción de grupos artísticos, de las artes escénicas, gráficas, plásticas y el fomento y estímulo de la creación intelectual (Negrete, 2013:246-247, en Crovi 2013).

De acuerdo con los expertos en cultura y con las recomendaciones de los informes de la UNESCO, el principal reto para las políticas públicas en los países en vías de desarrollo es *cómo volver a la cultura no un producto del mercado sino un sujeto de desarrollo* (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

i. Programa Nacional de Cultura 2007-2012 18

En el marco político contemporáneo, el reconocimiento oficial del papel de la cultura (incluso en su sentido más amplio) se dio a partir de la creación del Programa Nacional de Cultura (PNC) de México realizado para el periodo 2007-2012, durante la administración de Felipe Calderón.

Dicho programa fue creado por el entonces Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y versa en torno al valor de la cultura para el desarrollo humano sostenible. Propone ocho distintos ejes de política cultural, que son el patrimonio y diversidad cultural, la infraestructura cultural, la promoción cultural nacional e internacional, los estímulos públicos a la creación y mecenazgo, la formación e investigación antropológica, histórica, cultural y

18 Se puede consultar en línea en https://www.cultura.gob.mx/recursos/acerca_de/pnc2007_20121.pdf

artística, el esparcimiento cultural y fomento de la lectura, la cultura y turismo en conjunto, y por último las industrias culturales (PNC, 2007).

Fue el primer plan gubernamental que consideró el concepto de industrias culturales y creativas en México. Su eje ocho se refiere a las industrias culturales, turismo cultural y cultura como un factor de desarrollo (Negrete, 2013:248 en Crovi 2013). Esta integración de nuevos términos a nivel político se relaciona más bien a esta ola internacional de la valorización cultural, y no a un especial interés por parte del sector público al respecto.

Si bien es el primer documento oficial que plantea tomar en cuenta las necesidades que se originan en el sector cultural del país, no quiere decir que las políticas culturales mexicanas surgieran con él. El mismo PNC argumenta que emana de una larga y sólida tradición del Estado Mexicano en el diseño y aplicación de una política cultural que ha permitido la consolidación de instituciones, la puesta en práctica de diversos programas y acciones que se han ido adecuando ante el devenir de los cambios y de la evolución de la sociedad mexicana. (PNC, 2007).

El esfuerzo demostró estar lejos de ser suficiente, pues salvo el hecho de que al fin se incluyera explícitamente el sector cultural en un plan nacional, no se observó un despunte en la inversión pública del rubro, ni en el consumo cultural del país. Es sabido que el turismo fue un eje principal en el PNC de ese sexenio, lo que posibilitó que se comenzara a ver al turismo cultural como algo importante.

El entonces presidente de CONACULTA, Sergio Vela, reconoció en el PNC que “las posibilidades que ofrece la cultura de nuestro país deben ser aprovechadas para hacer que contribuyan a lograr avances en todos los órdenes. A su valor intrínseco, suficiente para fomentarla y apoyarla, la cultura suma grandes aportaciones, actuales y potenciales, al desarrollo político, educativo, social y económico de México”. Ya incluso se habla de que la cultura se debe tomar como punto de partida para las políticas de desarrollo:

“Hoy, en particular, fortalecer las instituciones culturales, poner al día la infraestructura cultural nacional y favorecer una participación clara y eficaz de los distintos sectores sociales, son, entre otras, condiciones esenciales para abrir paso a una nueva etapa en el fomento y difusión de la cultura y para ampliar su papel, al asumirla como punto de partida de una política de desarrollo.” (PNC, 2007)

También muestra que las Industrias Culturales del país han sido olvidadas por las políticas culturales, recibiendo poca atención del Estado. Recalca también el papel del diseño, mencionando que no sólo es creatividad, sino que es el motor de empresas innovadoras a nivel mundial que se ha ido integrado como un factor estratégico en los bienes y servicios de empresas mexicanas (Ferruzca, 2013: 147-148 en Reyes, 2013).

Si bien en el Programa se muestran estrategias con objetivos determinados que parecieran ser fáciles de lograr, el PNC obtuvo críticas hacia finales del sexenio, justo por la forma en que se generalizaron las metas (reconozcamos que la cultura siempre será difícil de objetivar y por el contrario se tenderá a generalizar), y por el hecho irrefutable de que no se cumplieron

dichas estrategias¹⁹ También hubo opiniones que reconocieron la intención del gobierno, involucrándose más de fondo con instituciones internacionales en la materia y a la hora de plantear políticas culturales²⁰

ii. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018: ámbito cultural

Recordando que la creación de la Secretaría de Cultura se dio en 2015, durante el periodo presidencial de Enrique Peña Nieto, revisemos cuáles fueron las ideas del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 respecto al sector cultural.

Dentro de este PND encontramos tres programas relacionados con las industrias culturales y creativas, que son el Programa Especial de Educación Intercultural²¹, el Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018 y el Programa Institucional del Instituto Mexicano de Cinematografía 2014-2018 (Gobierno de México, 2018)

El primero fue designado para la observancia de la Secretaría de Educación Pública, contando con los siguientes objetivos:

- Promover y difundir las expresiones artísticas y culturales de México, así como proyectar la presencia del país en el extranjero.
- Impulsar la educación y la investigación artística y cultural.
- Dotar a la infraestructura cultural de espacios y servicios dignos y hacer un uso más intensivo de ella.
- Preservar, promover y difundir el patrimonio y la diversidad cultural.
- Apoyar a la creación artística y desarrollar a las industrias creativas para reforzar la generación y el acceso a los bienes y servicios culturales.
- Posibilitar el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos de la tecnología digital (Diario Oficial de la Federación, 2014)

Cada objetivo tenía estrategias y líneas de acción a seguir, todo en ordenanza a los ejes principales del Plan Nacional de Desarrollo. Respecto a los resultados que obtuvo el PECA, podemos ver en un documento oficial de Secretaría de Cultura lo siguiente:

“De enero de 2013 a diciembre de 2018, se llevaron a cabo 4.9 millones de actividades artísticas y culturales, las cuales contaron con 624.7 millones de asistentes. Los recursos financieros destinados de 2013 a 2018 al Sector Cultura, alcanzaron 86,874.4 millones de pesos, cifra sin precedente en el ámbito cultural federal, para un periodo similar; esta cantidad es superior en 29% en términos reales respecto a los 67,182.9 millones de pesos, registrados entre 2007 y 2012. Del total de recursos ejercidos durante la administración, 46.6% se dirigieron a la promoción y difusión de las expresiones artísticas y culturales, 20.2% a la preservación, promoción y difusión

19 Véase <https://www.proceso.com.mx/221179/el-plan-cultural-de-calderon-puras-generalidades>

20 Véase <https://www.informador.mx/Ideas/La-cultura-en-el-sexenio-de-Calderon-20120922-0174.html>

21 Disponible en https://www.cultura.gob.mx/PDF/PECA_DOE_2014-2018.pdf

del patrimonio y la diversidad cultural, 14.8% al impulso a la educación e investigación artística y cultural, 9.7% al apoyo a la creación artística y desarrollo de las industrias creativas, 4.7% a la dotación de la infraestructura cultural, y el 4% a la búsqueda del acceso universal a la cultura mediante la tecnología digital.” (Secretaría de Cultura, 2018:6).

En términos numéricos, el documento aclama haber sido cumplidos todos los objetivos que el plan se propuso al inicio del sexenio. Claramente no se profundiza en términos de calidad, ni de si la población que más lo necesitaba fue efectivamente la beneficiada por tal o cual programa, o por tal o cual beca. Sin embargo, este control de recursos y evaluación de resultados es obligatorio para encaminar las políticas públicas hacia metas relacionadas con la cultura como parte integral del desarrollo económico. **22**

¿Es la promoción y difusión el rubro que más recursos requiere? Es indispensable sin lugar a dudas, pero los medios a través de los cuales se lleva a cabo son, a estas alturas de innovación tecnológica, muchas veces obsoletos además de poco pensados desde la ecología y excesivamente caros. En pocas palabras, la manera en que se realiza la promoción y difusión de la cultura por parte del sector público ya no es viable. Claro que se tiene que tomar en cuenta la brecha tecnológica, sobre todo en zonas rurales, pero aun así es momento de repensar las estrategias para que se ocupen menos recursos y se llegue a más personas.

¿Qué rubros requieren más recursos? La preservación, promoción y difusión del patrimonio y la diversidad cultural, el impulso a la educación e investigación artística y cultural, el apoyo a la creación artística y desarrollo de las industrias creativas, y la dotación y mantenimiento de infraestructura cultural.

iii. Secretaría de Cultura 2018-2019

La Secretaría de Cultura fue creada en diciembre de 2015 por decreto presidencial. Según su página oficial es la institución encargada de la promoción y difusión de las expresiones artísticas y culturales de México, así como de la proyección de la presencia del país en el extranjero. Impulsa la educación y la investigación artística y cultural y dota a la infraestructura cultural, de espacios y servicios dignos para hacer de ella un uso más intensivo.

Oficialmente trabaja en favor de la preservación, promoción y difusión del patrimonio y la diversidad cultural. Asimismo, apoya la creación artística y el desarrollo de las industrias creativas para reforzar la generación y acceso de bienes y servicios culturales, además de que promueve el acceso universal a la cultura aprovechando los recursos que ofrece la tecnología digital (Secretaría de Cultura, 2018).

Por su reciente creación, es difícil dar una valorización a su desempeño, sobre todo en términos comparativos con el funcionamiento histórico del organismo anterior (Conaculta). Sin embargo, ante los recortes masivos de la administración del presidente Andrés Manuel López Obrador, la Secretaría de Cultura y sus equivalentes estatales han sufrido de un

22 Véase https://www.cultura.gob.mx/PDF/PECA_DOE_2014-2018.pdf

desfalco de recursos que, tras haberse llevado a cabo sin una previa proyección y replantación presupuestal, no ha hecho más que llevar al recorte de personal y de programas sin una correcta gestión.

Lejos de una redistribución presupuestal o de *hacer más con menos*, lo que ha sucedido es un recorte al sector sin justificación, sin alternativas, y que nos aleja día con día de esta potencial vía de desarrollo enfocada en el sector cultural.

iv. Cooperación internacional

México es de los países que cuenta con más aliados en cuanto a acuerdos y tratados internacionales:

“Cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 46 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)” (Secretaría de Economía, 2015)

Para efectos de nuestro trabajo, nos abocaremos a dilucidar el proceso y la situación actual de la relación México - Unión Europea, y México - América del Norte, exclusivamente en materia cultural. Para ello nos adentraremos en dos tratados en especial: el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM), y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

- **Tratado de Libre Comercio de América del Norte**

El TLCAN es el acuerdo que crea una zona de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México, y entró en vigor el 1 de enero de 1994. Su antecedente inmediato es el Acuerdo de Libre Comercio firmado por Canadá y Estados Unidos en 1998, cuyo origen, a su vez, fue el acuerdo sobre el sector automotor entre ambos países que empezó a operar en 1965 (Gazol, 2008: 433).

Sobre los beneficios obtenidos hasta ahora en México con la firma del TLCAN, podemos encontrar infinidad de discusiones y vértices para el análisis. Sólo por mencionar una de las situaciones más graves, pensemos en la fuerte dependencia económica que generó hacia Estados Unidos, dejando de lado la diversificación de mercados. Si, por ejemplo, en 1985 el comercio de México con Europa representaba el 15% del total, para 1995 era menos de la mitad (Gazol, 2008: 471). Esto también ha reducido las posibilidades de cooperación para ámbitos relacionados con el sector cultural.

Además, este tratado excluye completamente la movilidad de mano de obra, el tráfico de personas en general, por lo que somete a proceso de visado a todos los creadores mexicanos (y del mundo entero) que quieran expandir sus servicios a Estados Unidos. Esa restricción dificulta la cooperación cultural entre los miembros del tratado, más de una vez proyectos culturales como festivales y conciertos, se han visto afectados porque algunos de los miembros del personal no han podido ingresar al país estadounidense. Aunque el caso de

Canadá es muy diferente, pues aquí los mexicanos tienen (fuera del tratado), prácticamente las puertas abiertas para movilizarse con fines de cultura y creatividad.

- **Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México**

El único instrumento concreto, funcional, que norma las relaciones comerciales y económicas de la Unión Europea con naciones de Latinoamérica es el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación suscrito con México el 8 de diciembre de 1997. Fue en ese marco que se llega al Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM), el cual entró en vigor el 1 de julio de 2000 (Gazol, 2008: 469).

No existe como tal un documento que se denomine Tratado de Libre Comercio México-UE, sino que son tres textos que se complementan para formarlo. Uno es el ya mencionado Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación (AAECPC), integrado por las disposiciones generales sobre diálogo político, comercio, movimientos de capital y de pagos, contratación pública, competencia, propiedad intelectual, y otras. Este texto parte de la premisa de que las relaciones entre naciones no se agotan en el comercio, sino que van más allá. Esta es una diferencia sustancial con el TLCAN. El segundo es la decisión referida al AAECPC, que aborda el comercio de servicios, propiedad intelectual y la solución de controversias al respecto. El tercero es la decisión 2/2000 del Consejo Conjunto Comunidad Europea-México, que se refiere a la libre circulación de bienes, compras del sector público, competencia, mecanismos de consulta para asuntos de propiedad intelectual y solución de controversias al respecto (Gazol, 2008: 473).

La Unión Europea ha dejado claros sus ideales en cuanto a las ICC, por ejemplo, en *El Libro Verde*, publicado en 2010 por la UE, se expresa la urgencia de otorgar a las industrias creativas un sostén público. Constatan la coexistencia de un número reducido de grandes empresas, concentradas, integradas vertical y horizontalmente junto a la mayoría de las industrias culturales y creativas constituidas por una enorme cantidad de pequeñas y medianas empresas, además de las independientes (Libro verde, 2010:8).

La postura de la Unión Europea defiende el papel que juegan las PyMes en el desarrollo de la creatividad y de la innovación. Así mismo muestran la necesidad de una intervención estatal para el florecimiento de las ICC: “Las pequeñas y microempresas juegan un rol esencial en la creatividad y la innovación. Por lo general, tales empresas asumen riesgos y adoptan al inicio las novedades; se encuentran listas para identificar los talentos desconocidos, lanzar nuevas tendencias e innovar en materia estética” (Libro verde, 2010:9).

También se ha comprometido a alentar intercambios culturales más equilibrados y a reforzar la cooperación y la solidaridad internacionales dentro de un espíritu de cooperación para incrementar las capacidades de los países en desarrollo para proteger y promover la diversidad de expresiones culturales (Libro verde, 2010:19).

Es por esos ideales que la relación de México con la Unión Europea ha trabajado en beneficio del ámbito cultural de ambos territorios. Además de la cultura hay diversas áreas en las que

se pretende próximamente profundizar la cooperación, incluyendo turismo, ciencia y tecnología, formación y educación, cultura, sector audiovisual, información y comunicación, desarrollo regional, derechos humanos y democracia (Gazol, 2008: 474).

Respecto a la propiedad intelectual, ambas partes han confirmado sus obligaciones derivadas de las distintas convenciones internacionales sobre la materia, tales como:

- El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de PI relacionados con el comercio (1994)
- El Convenio de París para la Protección de la PI (1967)
- El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1971)
- La Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas, Intérpretes y Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (1961)
- El Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (1970) (Gazol, 2008: 482-483).

Para entender la cooperación que ha existido entre México y la Unión Europea, hay que visualizar la política cultural de la Unión Europea. Esta se maneja como una política de cooperación entre los Estados miembros y fue introducida por el Tratado de la Unión Europea en 1993. Tiene como propósito favorecer y apoyar las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de la diversidad nacional y regional, poniendo énfasis en el patrimonio cultural común. Su propósito es favorecer y apoyar las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de la diversidad nacional y regional, poniendo de énfasis en el patrimonio cultural común.

Pretende preservar el legado cultural de Europa, apoyar a su sector cultural y de creación, alentar la movilidad de estudiantes y profesores y fomentar la actividad física y la integración social mediante el deporte. Todo encaminado a construir una verdadera ciudadanía europea.

“La Unión contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común” (art. 167.1 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, 1957).

Si nos limitamos a analizar los países miembros, la política cultural es universal y abarca una amplia gama de actividades. Los campos en los que aplica incluyen la arquitectura, las artes visuales, el cine, la danza, la educación y formación de artistas, los libros, la música, la protección del patrimonio cultural y el teatro. También se respalda la entrega de premios en todos esos ámbitos, de manera que sea un incentivo para los ciudadanos.

Según las publicaciones oficiales, la UE busca conservar el patrimonio cultural común de Europa y contribuir a hacerlo accesible a otros, además de apoyar y promover las artes y las industrias creativas europeas. El apoyo a la industria cultural y creativa se materializa en:

- Programas de ayuda para aprovechar al máximo las tecnologías digitales y el mercado de la Unión Europea.
- Financiación

- Ayuda a proyectos de investigación.
- Fomento de la cooperación con socios de la UE y de fuera de ella.

Las políticas que en ese marco tienen relación con la cultura son:

- Educación (incluida la enseñanza de idiomas)
- Investigación científica
- Apoyo a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)
- Política social
- Desarrollo regional

Dentro de la política regional, por ejemplo, la UE financia conservatorios, salas de concierto y estudios de grabación y contribuye a la restauración de teatros históricos, como el Teatro del Liceu, en Barcelona, y la Fenice, en Venecia.

Principales iniciativas

- Agenda Europea para la Cultura
- Capital Europea de la Cultura
- Programa Europa Creativa
- Programa Europa con los Ciudadanos
- Biblioteca Digital Europea

Agenda Europea para la Cultura 2007

Sus campos de acción están enfocados a la diversidad cultural y el diálogo intercultural, la cultura como catalizador para la creatividad; y la cultura como elemento vital en las relaciones internacionales, además del diálogo intercultural.

Capitales Europeas de la Cultura

Cada año, dos ciudades son seleccionadas con ese título, lo que les permite:

- Celebrar su identidad europea.
- Mejorar su cooperación con organizaciones artísticas nacionales y extranjeras.
- Revitalizar las artes a escala local.

Las Capitales Europeas de la Cultura representan una de las iniciativas culturales de mayor éxito y más conocidas de la UE. Las ciudades son seleccionadas por un comité independiente sobre la base de un programa cultural que ha de tener una sólida dimensión europea, contar con la participación de personas del lugar de todas las edades y contribuir al desarrollo de la ciudad a largo plazo. Con el tiempo, las CEC también han llegado a representar una oportunidad para regenerar ciudades, impulsar su creatividad y mejorar su imagen.

Las ciudades que han ostentado el título de Capital Europea de la Cultura, además de los objetivos originales de las Capitales Europeas de la Cultura, que son resaltar la riqueza y la diversidad de las culturas europeas y sus rasgos comunes y promover un mayor entendimiento entre los ciudadanos europeos, también han añadido progresivamente una nueva dimensión aprovechando su efecto multiplicador para estimular su desarrollo en términos más generales de acuerdo con sus respectivas estrategias y prioridades.

Programa Europa Creativa

Parte de programas anteriores de la Unión: los programas MEDIA (1991-2013), el programa MEDIA Mundus (2011-2013), y los programas Cultura (2000-2013). Ahora incluirá un subprograma intersectorial dividido en dos partes:

- a) Una garantía financiera, gestionada por el Fondo Europeo de Inversiones, para facilitar a los pequeños operadores el acceso a créditos bancarios;
- b) Financiación para el respaldo de estudios y análisis y una mejor recogida de datos con miras a mejorar la base empírica para la formulación de políticas.

Europa Creativa ayuda al cine, las artes y las industrias creativas de Europa a generar crecimiento y empleo. Con un presupuesto de 1460 millones de euros para 2014-2020, el programa:

- Protege y promueve la diversidad y riqueza cultural y lingüística de Europa
- Contribuye al objetivo de la UE de un crecimiento económico inteligente, sostenible e integrador
- Ayuda a los sectores artísticos y creativos a adaptarse a la era digital y la globalización
- Da acceso a nuevas oportunidades, mercados y audiencias internacionales
- Promueve el desarrollo económico.

Programa Europa con los Ciudadanos (2014-2020)

La convocatoria del Programa para las subvenciones a proyectos se divide en: Ciudadanía europea y memoria histórica, y el compromiso democrático y la participación ciudadana.

Biblioteca Digital Europea (2005), creada por la Comisión Europea.

Instituciones que promueven la política cultural de la UE

-El Parlamento Europeo, tiene la Comisión de Cultura y Educación. El Tratado de Lisboa ha reforzado las competencias del Parlamento, que ha pedido en sus resoluciones que se incrementen los recursos presupuestarios dedicados a la cultura, que se mejore la situación de los trabajadores del sector cultural y que se valore más ampliamente el patrimonio cultural europeo. Revisa el papel de la educación artística y la importancia de la diversidad lingüística por lo que respecta a la distribución de obras culturales.

-Consejo de la Unión Europea, tiene el Ministerio de Educación, Juventud, Cultura y Deporte. Los ámbitos políticos de los que se ocupa el Consejo de Educación, Juventud, Cultura y Deporte son competencia de los Estados miembros. Por ello, la función de la UE en estos ámbitos es facilitar un marco de cooperación entre los Estados miembros para el intercambio de información y experiencias en asuntos de interés común.

-Comisión Europea, solventa Europa Creativa

-Comité de las Regiones tiene la Comisión de Política Social, Educación, Empleo, Investigación y Cultura (SEDEC)

-Agencias de la UE. Se creó la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural (EACEA)

Como vemos, la Unión Europea ha sabido manejar institucionalmente a su sector cultural, de manera que su crecimiento no sólo sea de adentro hacia afuera sino también de afuera hacia adentro. Es claro que los presupuestos europeos se manejan de manera totalmente distinta a los de México, pero son las herramientas que los primeros poseen, las que podemos aprovechar a manera de cooperación internacional para el crecimiento del sector. Y son las estrategias las que podemos re-pensar para el país, a partir de analizar los casos de éxito.

Ante la carencia de atención, específicamente de programas y recursos del sector cultural del país, la cooperación internacional se vuelve indispensable en la búsqueda de una economía cultural más robusta, y a largo plazo, de un desarrollo anclado en la cultura.

Como vemos la situación del sector cultural en México presenta en la actualidad muchas oportunidades de crecimiento que van más allá del aporte al Producto Interno Bruto. Se encuentra en posibilidades de forjar una nueva vía de desarrollo, que debe ser nutrida con políticas culturales y económicas encausadas a ver a dicho sector como pilar central para lograrlo. Más allá de un comportamiento positivo que genera crecimientos mayores que los demás sectores del país, el capital simbólico fortalecerá un sistema educativo basado en las expresiones culturales, que promueva la soberanía, el sentimiento de pertenencia y, por ende, la cohesión social y la protección medioambiental. El sector cultural se irá robusteciendo a la par de la disminución de la desigualdad, con una clase media que consuma y cree cultura.

CONCLUSIONES

El sistema económico actual nos ha orillado a ver al grado de desarrollo de los países como parte de su nombre, algo inamovible, una situación dada y que no pueden modificar. Así, sabemos que la mayoría de los países europeos son *desarrollados*, y que México, por otro lado, es un país *subdesarrollado*. Por ciertas características tendenciales de estabilidad económica, se le ha asignado también el título de país en *vías de desarrollo*. Sin duda suena mejor el segundo, sin embargo, nos hemos acostumbrado a que ese sea su eterno nombre, y a que más que en *vías*, se encuentre estacionado, sin opción a avanzar.

Si la búsqueda del desarrollo económico sigue siendo la carrera internacional por excelencia, y todos los países quieren llegar a la meta, al menos en México, algo estamos haciendo mal. Hemos llegado a un punto en el que es indispensable un cambio de estrategia. Quizá estamos en el contexto ideal para proponer nuevas opciones, nuevas *vías de desarrollo* e insistir en ellas hasta que los que están en posibilidades de tomar decisiones, se concienticen y las incluyan en la agenda.

La cultura debe empezar a ser vista como parte de la economía, de la misma forma en que la economía forma parte de la cultura. Y no porque la cultura sea *todo*, sino porque, como adjetivo, lo *cultural* tiene además de un valor simbólico, un valor económico. Además, vistas desde el lado académico, la ciencia económica está dispuesta en un contexto cultural, por lo que la economía no es independiente de la cultura, así como la cultura no lo es de la economía. El estudio de esta relación es reciente, y su integración en las agendas internacionales y nacionales se ha dado a partir del nuevo enfoque desarrollista de la economía.

Viendo así a la cultura, podemos considerarlo también un sector productivo, en el que entran las industrias culturales y creativas y el patrimonio cultural, siendo las primeras las que proveen de bienes y servicios culturales y creativos. Entonces, visto desde la economía tiene un valor económico, pero se diferencia de otras ramas económicas porque contienen además valor simbólico. No todo ese valor es medible, por lo que sus impactos, más allá del aporte al PIB, trastocan múltiples áreas que tienen que ver directamente con el desarrollo.

El desarrollo lo observamos a lo largo de la investigación como el proceso integral a través del cual un Estado genera, mantiene e impulsa un crecimiento económico estable, al mismo tiempo que a los indicadores sociales como la educación y la salud, por medio de un enfoque sostenible que tome en cuenta al equilibrio medioambiental, procurando en última instancia el bienestar general.

Tomando en cuenta esta definición y relacionándola con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, podemos tomar a la cultura como el cuarto pilar de desarrollo sostenible e incluirlo en las agendas de los países subdesarrollados. El sector cultural de la economía ha demostrado influir en los otros pilares de manera transversal, a través del crecimiento del Producto Interno Bruto de los países, mejorando indicadores sociales y encaminados hacia una educación ambiental sustentable.

Entre las recomendaciones generales para encausar el desarrollo a través de la cultura, que los organismos internacionales proponen, hemos revisado las siguientes:

- Tener presente que, además de beneficios económicos, la economía creativa genera un valor no monetario que contribuye notablemente a la consecución de un desarrollo sostenible inclusivo y centrado en las personas.
- Hacer de la cultura un motor y facilitador de los procesos de desarrollo económico, social y medioambiental.
- Revelar oportunidades identificando los activos de la economía creativa a nivel local.
- Mejorar el acervo de información emprendiendo una recopilación de datos rigurosa como inversión preliminar esencial para la adopción de políticas coherentes de desarrollo de la economía creativa.
- Investigar las conexiones entre los sectores formal e informal para la elaboración de políticas fundamentadas de desarrollo de la economía creativa.
- Analizar los factores de éxito cruciales que contribuyen a abrir nuevos cauces para el desarrollo de la economía creativa local.
- Invertir en el desarrollo sostenible de las empresas creativas a lo largo de la cadena de valor.
- Invertir en el aumento de capacidades a nivel local para potenciar a los creadores y empresarios culturales, a los funcionarios de la administración y a las empresas del sector privado.
- Participar en la cooperación Sur-Sur para facilitar un provechoso aprendizaje mutuo y fundamentar las agendas internacionales para el desarrollo.
- Posicionar la cultura en los programas de desarrollo económico y social locales, incluso frente a prioridades concurrentes

Apoyar a la cultura es un acto que se justifica en sí mismo, no es sólo un rubro de costos, es inversión que obtendrá resultados económicos y sociales. La cultura ya ha sido reconocida como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, pero no en jerarquía, sino como pilar central que envuelve a los pilares social, ecológico y económico. Queda cada vez más claro que el crecimiento no es sinónimo de desarrollo, y que la cultura es un nuevo cauce para lograrlo.

Llevar a cabo la planeación de proyectos desde lo local será la única manera en que estos funcionen en todos los sentidos. Cada localidad cuenta con características únicas que se convierten en sus ventajas comparativas, pensar en políticas tomándolas en cuenta, logrará que dichas ventajas se vuelvan competitivas.

Los bienes y servicios culturales en general se deben analizar de una manera diferente a los demás pues, además del valor económico, tienen una importante carga de valor simbólico. Esto ha llevado a dilemas en la medición del producto de las industrias culturales y creativas a nivel nacional, pues ante la dificultad de separar el valor cultural y creativo del meramente industrial, se puede caer en la sobrevaloración económica del sector a través de una duplicidad en la contabilización.

Estos bienes y servicios tienen un elemento creativo o artístico, y pueden ser desde un libro hasta un museo. La mayoría son bienes mixtos y los que ofrece el gobierno se conducen como bienes no exclusivos y no rivales en el consumo. Que sean culturales y creativos no quiere decir que no puedan, y deban, apoyarse de otras áreas como la mercadotecnia y publicidad. La visión de negocios no debe estar peleada con el sector cultural, si se trata de robustecerlo y hacerlo más universal.

El patrimonio cultural y su conservación están íntimamente relacionados con el turismo cultural, mismo que para el caso de México, tiene características especiales que potencializan su capacidad de generar derrama económica. Las industrias culturales y creativas han tenido un comportamiento económico favorable que ha permitido que el sector cultural en su conjunto tenga un crecimiento por arriba de los demás sectores. Esto se ha observado a nivel mundial, pero con cifras más importantes en el caso de países subdesarrollados.

La generación de empleos alrededor de las ICC y su importancia proporcional dentro del PIB de los países, ha volcado la atención hacia ellas más que a cualquier otra parte del sector cultural. Su importancia llega al 7% del producto dependiendo del país, por lo que su medición es indispensable para la toma de decisiones, también tomando en cuenta que basan su aprovechamiento en la noción de propiedad intelectual. Esto las transforma en instrumentos de crecimiento económico, social y cultural, y la cuantificación de su contribución económica puede medirse a partir del valor agregado, el empleo y el comercio exterior que generan.

De forma sintética, la diferencia entre industrias culturales e industrias creativas tiene que ver con el valor del bien o servicio producido. Las industrias culturales generalmente se relacionan con el conocimiento tradicional y la parte artística de la creatividad, mientras que las creativas tienen más que ver con la creatividad individual, la innovación y la explotación de la propiedad intelectual.

Para poder conocer el potencial del sector cultural de un país es necesario contar con estadísticas confiables y actualizadas, lo que requiere de una clasificación de ICC que funcione según las características culturales y económicas locales. Al realizar análisis con ellas, se debe tomar en cuenta que hay una parte que no se puede medir con estadísticas, lo que forma el valor simbólico, y será útil entonces el uso de indicadores cualitativos. Además, es necesario contar con un marco legal que proteja la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Al ser uno de los sectores más dinámicos en la economía y con potencial de generar externalidades positivas, la cultura y la creatividad orientarán el crecimiento de un país en la misma dirección, impulsando a la economía en su conjunto. Con todo esto surge la necesidad de encontrar los mecanismos ideales para que las ICC logren aportar al desarrollo, es aquí donde está el papel de las políticas culturales y económicas.

A pesar de la pérdida de influencia económica e ideológica del sector público, ha sido el principal encargado de atender las necesidades de la sociedad a través de la creación de

políticas. Tratándose del impulso al sector cultural, tanto las políticas económicas que afectan a la cultura, como las políticas culturales que impulsan la economía son de suma importancia.

Las primeras tendrán un que-hacer deseable dentro del sector cultural, en tanto que aboguen por él a través de políticas fiscales o incluso comerciales. Las segundas tendrán un desempeño más abarcador para lograr el desarrollo económico, pues tendrán beneficios tanto sociales como económicos. Como en todo tipo de políticas, lo ideal es tener indicadores de desempeño, de manera que se pueda analizar su funcionamiento para seguir impulsándola o, por el contrario, modificarla por una más adecuada. Lo mismo sucede con los presupuestos designados.

Las políticas culturales no tienen una frontera definida, pues son muchas las necesidades sociales relacionadas con lo cultural. Tradicionalmente han formado parte de las políticas educativas, lo cual las ha acotado a tener propósitos y mecanismos de esa índole. Propiciar un clima creativo va más allá del sistema educativo, implica en primera instancia reconocer los múltiples problemas a los que se enfrenta el sector cultural, entre ellos, la falta de fomento a la cultura.

Han surgido nuevos actores sociales que han debilitado el papel central del gobierno en este tipo de políticas. Sin embargo, deberá seguir asumiendo roles dirigentes, a la vez que se posicionará como un facilitador de iniciativas que muchas veces vendrán de fuera del sector público.

Éste deberá enfocarse en, entre otros objetivos, ampliar el acceso a la cultura, mejorar la calidad de los medios de comunicación de masas, promover una creación pluralista, modernizar las instituciones clásicas de la difusión cultura y fortalecer el potencial de producción cultural nacional, así como velar por el prestigio exterior del país y proteger su independencia cultural. Toda política deberá tener como fin último el desarrollo, y deberá estar pensada desde lo local.

Entonces debemos hablar de ¿políticas económicas para la cultura? o en ¿políticas culturales para el desarrollo económico? Ambas son necesarias, pues las políticas económicas tendrán un que-hacer deseable dentro del sector cultural, en tanto que aboguen por él a través de políticas fiscales o incluso comerciales. Las políticas culturales tendrán un desempeño más abarcador en el camino hacia el desarrollo económico, pues sus beneficios podrán llegar a través del ámbito social y/o económico.

Se trata no sólo incrementar la inversión en el rubro, sino de designar el presupuesto a partir de un análisis basado en resultados. Esto tendrá que tomar en cuenta el impacto directo e indirecto que generen, como en el caso de los beneficios del turismo cultural. El financiamiento no sólo tendrá que ser público, sino también privado, y con miras a crear industrias e instituciones autosustentables.

Los subsidios en este rubro son una política positiva en una primera etapa del desarrollo cultural, pues los beneficios sociales se pueden maximizar a través de la inversión inteligente en estos rubros, y ¿cuál es el propósito del gasto público si no el bienestar social? Sin embargo, deben darse únicamente en esta primera etapa, evitando a toda costa que los

beneficiarios se vuelvan dependientes de ellos. Por eso las políticas deberán estar encaminadas a la autosuficiencia y a los incentivos del financiamiento privado, por ejemplo, a través de manejos fiscales.

Es necesario utilizar indicadores para evaluar la participación gubernamental, la del sector privado y la de la sociedad civil. Se pueden, y es necesario, evaluar resultados económicos, sociales, culturales y medioambientales.

Las ciudades creativas han sido un referente reciente para el impulso del sector cultural y creativo, tal título otorgado a nivel internacional tendrá consecuencias positivas para el turismo cultural y en lo interno para el sector en general. Son un ejemplo de políticas exitosas pensadas desde lo local, y denotan la facilidad que tiene el sector cultural de la economía de desarrollarse en lo urbano, más que en lo rural. Los recursos culturales son la base de valor de las ciudades, y pueden llegar a serlo en los medios rurales. En las primeras han incrementado la carga cultural, así como los intereses en la creatividad y el diseño, y han proliferado los festivales como dinamizadores de la economía urbana.

México, como país subdesarrollado, ha dedicado su atención tanto académica como política a problemas sociales y económicos de coyuntura, que han dejado fuera el análisis de nuevas vías de desarrollo. Sin embargo, ante la evidencia de que el sector cultural mexicano tiene un tamaño y una capacidad de crecimiento muy positiva, donde las estadísticas muestran que forma más del 6% del PIB del país, se ha vuelto necesario prestar atención al sector.

Con la debida atención puede tomar características oportunas para un crecimiento sostenido que, *ipso facto* irá acompañado de factores sociales en pos del desarrollo del país. El sector público debe invertir más en actividades culturales y creativas que ayuden a la población a desarrollarse como individuos integrales, de manera que complementen la educación con cualquier manifestación del arte.

Ante la dificultad de aplicar modelos que han seguido los casos de éxito, y ante la carencia de ejemplos de países subdesarrollados, se vuelve indispensable gestionar los proyectos desde lo local. El enfoque urbano ha destacado en este sentido, pero se trata de que, en cualquier medio, la cultura local siga siendo viable y esté representada en los contenidos a los que tiene acceso. La carencia de una buena educación está aunada intrínsecamente a la mayoría de los problemas del país, y la demanda de cultura está relacionada al nivel educativo. Así que la educación debe tener como protagonistas a la cultura y la creatividad. A pesar de la gran cantidad de infraestructura cultural con la que se cuenta, al menos en ciudades, no se demuestra una universalidad de acceso, por lo que se debe hacer una revisión de sus condiciones y funcionalidad.

En nuestro país han surgido nuevos cauces de economía cultural a partir del despegue de la escena creativa local, materializada en una llamada economía del festival y de apoyo al emprendedor a través de bazares de diseño independiente. En la Ciudad de México, el diseño se ha vuelto parte primordial del sector cultural y se ha generado una dinamización

económica a través de él. La clase media urbana transforma la manera en que es vista como fuerza económica.

La medición de la cultura en México se lleva a cabo a través de la Cuenta Satélite de la Cultura, creada por el INEGI que, junto con la Secretaría de Cultura, forman por ahora el marco institucional, que se encarga de otorgar cifras para el análisis del sector cultural, en miras de alentar la creación y poner en la agenda las prioridades. Estos datos llevan a poner sobre la mesa que las artesanías forman una de las mayores partes del producto cultural, así como de los empleos del sector. Conociendo esto será posible plantear medidas para diversificar el producto cultural, entenderlo e impulsarlo.

Por otro lado, las relaciones internacionales con las que cuente el país serán una opción para potencializar el rubro cultural en la economía, así como para otorgar diversas oportunidades culturales a la sociedad.

La cultura es, entonces, un factor indispensable para el desarrollo económico, y para lograr su potencial de crecimiento se requiere de inversión pública y privada. El sector cultural de la economía puede potencializar al PIB mexicano y lograr avanzar en el desarrollo económico con una mayor inversión y con el planteamiento de políticas públicas adecuadas, todo encaminado a la formación integral de las personas.

Se ha comprobado que el sector cultural tiene una tendencia de crecimiento mayor a otros sectores, y que, en el caso de México, dicho sector crece incluso más que en países desarrollados. Se requiere voltear la atención gubernamental hacia el sector cultural, insistimos, a través de política pública e inversión. Eso lograría, además de un incremento en el Producto Interno Bruto, el beneficio de otras variables que aportan al desarrollo económico. En otras palabras, vemos en el sector cultural un crecimiento potencial desaprovechado.

Agreguemos el estudio de la cultura como parte de la formación de los economistas, pues los que se decantan por su estudio son muy pocos, y más pocos aún los textos que los ayudan a entenderlo. Ampliar nuestra visión del desarrollo económico será deseable en todos los sentidos, pues insistimos, estamos con el clima ideal para proponer.

Bibliografía

- Adorno, T. y M. Horkheimer (2013) *La industria cultural*. Traducción del capítulo “Dialéctica de la ilustración por Luis Ignacio García. Buenos Aires. El cuenco de plata.
- Alonso, J. Gallego, A. y A. Ríos, (2010) *Industrias Culturales de Santiago de Cali: Caracterización y cuentas económicas*. Colombia, Universidad Icesi.
- Anverre, A. et al., (1982) *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*. México. UNESCO / FCE.
- Ayala, J. (2001). *Economía del sector público mexicano*. 2a Ed. México. Editorial Esfinge S. A. de C. V.
- BBC News Mundo (2018) “Una obra de Bansky se autodestruye tras ser vendida por más de un millón de dólares en la casa de subastas Sotheby’s” en *BBC News Mundo*. [En línea] Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45771979>
- Benjamin, W. (2013) *La Obra de Arte en la Época de su Reproducción Mecánica*. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores. Colección Nómadas.
- Bokova, I. y H. Clark, (2013). “Let’s put culture on the agenda now” en *UNESCO* [En línea] Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=mWS3UPqm9iU>
- Cifuentes, A. Gallego, J. y A. Ríos, (2010) *Definición del concepto industrias culturales*. Santiago de Cali. Universidad Icesi
- Covi, D. (coord.) et al., (2013) *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*; Colección Tendencias. México. UNAM.
- Culture 21 (2010). “Cultura, cuarto pilar del desarrollo sostenible” en *Culture 21*. [En línea] Disponible en <http://www.agenda21culture.net/es/documentos/cultura-cuarto-pilar-del-desarrollo-sostenible>
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2006) "Definición", en *Cultura* [En línea] Disponible en: www.diputados.gob.mx/cesop/
- CONACULTA (2008) “Estadísticas básicas de la cultura en México” en *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* [En línea] Disponible en: https://sic.cultura.gob.mx/publicaciones_sic/ebcmV2.pdf
- Consejo de la Unión Europea (2019) “El Consejo en su formación de Educación, Juventud, Cultura y Deporte” en *Consejo de la Unión Europea* [En línea] Disponible en: <https://www.consilium.europa.eu/es/council-eu/configurations/eyps/>
- Echeverría, B. (2010) *Definición de la cultura*; México. FCE / ed. Itaca / UNAM.
- Flores, E. (2019) “La clase media en México enflacó en 13 años” en *Sin embargo.mx* [En línea] Disponible en: <https://www.sinembargo.mx/16-04-2019/3566866>
- Fonseca, R. (2008) *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*; Sao Paulo. Itaú Cultural.
- Frey, B. (1998) *Superstar Museums: An Economic Analysis*, *Journal of Cultural Economics* 22, no. 203
- García, N. (coord.) (1989) *Políticas culturales en América Latina*. México, Grijalbo.

- García, N. y E. Piedras. (2006) *Las Industrias culturales y el desarrollo de México*. México. Siglo XXI, FLACSO.
- Gazol, A. (2008) *Bloques Económicos*. México. Facultad de Economía UNAM.
- Ginsburgh, V. (ed.) y D. Throsby (ed.), (2008) *Handbook of the Economics of Art & Cultura*. Volumen 1. España, Elsevier North Holland; Series Editors Kenneth J. Arrow, Michael D. Intriligator.
- Gobierno de México (2007) “Plan Nacional de Cultura” en *Secretaría de Cultura*. [En línea] Disponible en: https://www.cultura.gob.mx/recursos/acerca_de/pnc2007_20121.pdf
- Gobierno de México (2014) *Decreto por el que se aprueba el Programa Especial de Cultura y Arte*. México. Diario Oficial de la Federación, 28 de abril 2014.
- Gobierno de México (2018) “Planes, programas e informes” en *Cultura* [En línea] Disponible en: https://www.cultura.gob.mx/gobmx/transparencia/rendicion_cuentas/
- Hagen, E. (1984) *Desarrollo Económico*. 3ª Ed. Argentina. Librería El Ateneo Editorial.
- Heilbrun, J. y C. Gray (2001) *The Economics of Art and Culture*. 2a Ed. Estados Unidos. Cambridge University Press.
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. CA: Sage Publications.
- INEGI (2013) “Cultura. Base 2013” En *INEGI*. [En línea] Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/cultura/2013/>
- INEGI (2018) “Sistema de Cuentas Nacionales de México. Fuentes y metodologías” en *INEGI*. [En línea] Disponible en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/cn/2013/cultura/doc/metodologia.pdf>
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf
- INEGI (2018-B) “Comunicado de prensa NÚM. 581/18”. en *INEGI*. [En línea] Disponible en http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf
- Keane, M. (2013) *Creative Industries in China. Art, design & media*; Reino Unido. China Today. Polity Press.
- Landry, C. (2000) *The Creative City*. Londres. Comedia, Earthscan Pub.
- León, A., (2010) *El Museo. Teoría, praxis y utopía*. 8a edición, España, Cátedra. Cuadernos Arte.
- Lukács, G. (1966) *Estética*. Traducción de Manuel Sacristán. España. Ediciones Grijalbo.
- Marx, K. (1999). *El Capital. Tomo I*. 3ª edición. México. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (2013). *El Capital. Tomo I*. Trigésima reimpresión. México. Editorial Siglo XXI

- Ministerio de Cultura y Deporte “La Cultura en Europa” en *Ministerio de Cultura y Deporte*. [En línea] Disponible en <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cooperacion/promocion-exterior/la-cultura-en-europa.html>
- Moeglin, P. y G. Tremblay (2013) *Industrias y políticas en torno a la creación y a su régimen de propiedad intelectual*. En Crovi, D. (coord.) (2013) *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*; Colección Tendencias. México. UNAM.
- Naciones Unidas (2008) *Informe sobre economía creativa*. Nueva York, UNCTAD
- Naciones Unidas (2010) *Informe sobre la economía creativa*. Nueva York, UNCTAD
- Negrete, J. (2013). *El impacto de las nuevas tecnologías en las industrias creativas. El caso de la industria de la música*. En Crovi, D. (coord.) et al., (2013) *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*; Colección Tendencias. México. UNAM.
- OMPI (2018). [En línea] En *OMPI*. Disponible en: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>
- ONU (2016) “A pesar de la recesión, el comercio global de bienes culturales se duplicó en 10 años” en *ONU*. [En línea] Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2016/03/1352571>
- ONU (2018). “Objetivos de desarrollo sostenible” en *ONU*. [En línea] Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>)
- Periódico Semana (1983). “Keynes: un hito” en *Periódico Semana*. [En línea] Disponible en <https://www.semana.com/economia/articulo/keynes-un-hito/2895-3>
- Perniola, M. (2008). *Los Situacionistas. Historia crítica de la última vanguardia del siglo XX*. Madrid. Acuarela & A. Machado Libros.
- Piedras, Ernesto (s/f-A) *Economía, Cultura y la Lengua Española*. Nomismae Consulting
- Piedras, E. (s/f-B) *Expressarte: Arte para el desarrollo social sustentable*. The Competitive Intelligence Unit.
- Piedras, Ernesto (s/f-C) *Agenda Digital e Industrias Culturales*. Nomismae Consulting
- Piedras, Ernesto (s/f-D) *Economías de aglomeración urbana y cultura*. Nomismae Consulting
- Piedras, E. (2015) “Nociones y definición de la cuenta satélite de la cultura” [En línea] Disponible en: <http://politicasculturales.com.mx/2015/definicion-cuenta-satelite.html>
- PNUD (2013) *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. Nueva York, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Ponzio de León, C. (2018), “La contribución de la economía al arte” conferencia dictada durante el ciclo *Acercamientos al arte y cultura*, Facultad de Economía UNAM, 24 de septiembre 2018.
- Reyes, M. y J. Linares (coord.) (2013) *Economía y Cultura*. México, Facultad de Economía UNAM / UACM.

- Rivera, H. (2015) “Definición de economía: desde Sócrates a Samuelson” en *Revista Digital Universitaria* [En línea] Febrero, 2015, Centro de Estudios Avanzados de las Américas Disponible <http://www.ceaamer.edu.mx/revista/definicion-de-economia-desde-socrates-a-samuelson/>
- Romo, R. (2013) *El modelo de bienes públicos culturales y la carencia de atención a la demanda*. En Reyes, M. y J. Linares (coord.) (2013) *Economía y Cultura*. México, Facultad de Economía UNAM / UACM.
- Ruskin, J. (2016) *El bienestar de todos*. Chile. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Secretaría de Cultura (2015) “¿Qué hacemos? En *Secretaría de Cultura*. [En línea] Disponible en: <https://www.gob.mx/cultura/que-hacemos>
- Secretaría de Cultura (2018) “Informe de avance y resultados 2018” [En línea] En *Secretaría de Cultura*. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/442765/OK-2018_Avance_y_Resultados_2018_PECA-SC.pdf
- Secretaría de Economía (2015) “Comercio exterior, países con tratados y acuerdos firmados con México”. En *Secretaría de Economía*. [En línea] Disponible en: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>
- Sen, A. (1999) *Development as Freedom*. Nueva York. First Anchos Books Edition.
- Smith, A. (1958) *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México. Fondo de Cultura Económica
- Stiglitz, J. (2000) *La Economía del Sector Público*. 3ª Ed. España. Antoni Bosch Editor.
- Throsby, D. (2008) *Economía y cultura*. Gestión Cultural. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Tolila, P. (2007) *Economía y Cultura*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Towse, R. (ed.) (2003) *A Handbook of Cultural Economics*. Reino Unido. Edward Elgar Publishing Limited.
- UNESCO (2014) “Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo” en *UNESCO*. [En línea] Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- UNCTAD (2015) “Creative economy Outlook and country profiles” en *UNCTAD*. [En línea] Disponible en: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf
- UNESCO (2017) “Cultura y desarrollo” en *UNESCO*. [En línea] Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/culture-and-development/>
- Unión Europea (2010) *Libro Verde*. Unión Europea.
- Unión Europea (2019) “La cultura en la Unión Europea”. En *Unión Europea*. [En línea] Disponible en: https://europa.eu/european-union/topics/culture_es

- Unión Europea (2019) “Fact sheets on the European Unión”. En *Unión Europea*. [En línea] Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/home>
- Vich, V. (2014) *Desculturizar la cultura. La gestión cultural como forma de acción política*. Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores.
- Williams, R. (1976) *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Reino Unido. Editorial Croom Helm.