

Hacia el entendimiento consensuado de las estadísticas culturales: La difícil tarea de obtener estadísticas de cultura internacionalmente comparables

Lydia Deloumeaux

UNESCO Institute for Statistics

Definiendo la cultura

Cada vez más, la cultura está empezando a ser considerada unas de las fuerzas clave de la economía, especialmente para el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de las industrias culturales para la mejora de la pobreza. El desarrollo de las herramientas y de los métodos estadísticos es necesario para valorar mejor el papel que juega la cultura en la vida social y económica. Uno de los primeros pasos consiste en acordar lo que la cultura abarca.

La cultura es parte de la vida diaria y se ve reflejada en numerosos actos y conductas humanas. Comprende una serie de creencias, actitudes y prácticas relacionadas con la identidad de los individuos. La cultura se plasma a través de las expresiones artísticas y creativas de los seres humanos. Estas expresiones pueden ser medidas a través de bienes, servicios y prácticas culturales.

La cultura puede ser asociada con la conservación del patrimonio; sin embargo, no debe considerarse un fenómeno estático. Las nuevas herramientas de comunicación como Internet han generado nuevas formas de arte y de maneras de acceder y de practicar la cultura. La globalización permite la transmisión de prácticas comunes en todos los rincones del mundo. El consumo de películas o de discos musicales por todo el planeta da lugar a la creación de “estrellas” o “personalidades” globales.

La UNESCO está revisando actualmente su metodología para realizar estadísticas culturales, que fue desarrollada en 1986. Esta metodología proporciona una base para obtener datos culturales comparables internacionalmente dentro de las limitaciones de definir las actividades culturales. Una de las preocupaciones de la UNESCO es reflejar cómo la cultura es percibida y expresada en el mundo en desarrollo. La idea de “alta cultura”, asociada principalmente a las culturas occidentales, debería ampliarse. Este concepto tiende a abarcar actividades como el teatro o la ópera que se refieren a prácticas y consumos a menudo asociados a la denominada cultura de

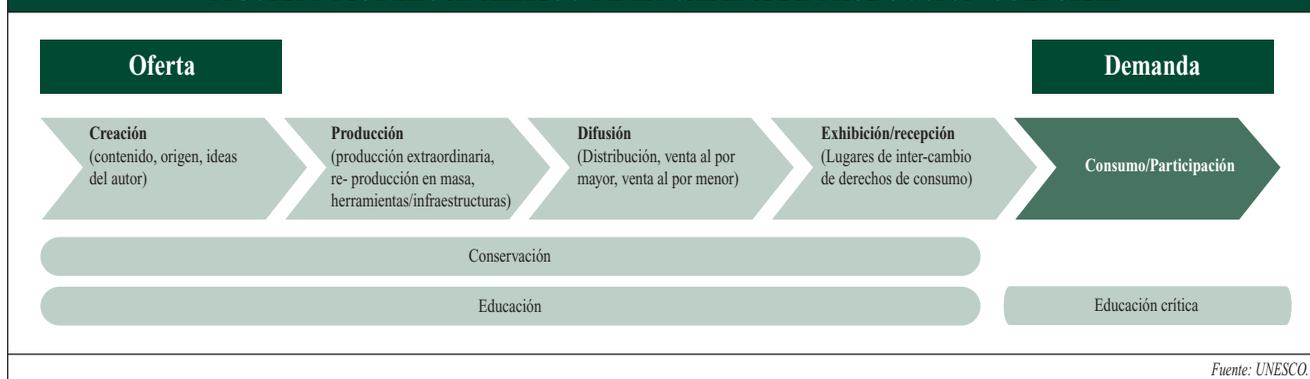
elite. Sin embargo, la cultura también abarca formas tradicionales de arte normalmente expresadas de forma no comercializadas como el patrimonio intangible o el uso de lenguas u oficios locales.

La metodología de la UNESCO adopta un punto de vista pragmático identificando la cultura a través de las actividades sociales y económicas derivadas de las prácticas y expresiones culturales. Dichas actividades incluyen no sólo los procesos industriales sino también las actividades, formales o no, asociadas con los procesos no industriales. Los bienes y los servicios culturales difieren de otros productos por su naturaleza dual, económica y cultural: incluyen valores económicos y simbólicos. No sólo valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales. Además, algunos de esos bienes y servicios están sujetos a derechos de propiedad intelectual.

La finalidad de esta metodología es calcular los bienes y servicios culturales resultantes de la cadena de producción cultural. (Véase figura 1). Esta cadena está dividida en diferentes ciclos: creación, producción, difusión, exhibición/recepción desde el punto de vista de la oferta. En lo que se refiere a la demanda, incluye las actividades de participación y consumo. Además, la metodología enfatiza las tres dimensiones de la actividad cultural: educación, conservación y el conocimiento local y tradicional que deben ser calculados a través de una serie de actividades o de funciones sectoriales. Educación y conservación se definen como funciones transversales dentro de la cadena de producción mientras que el conocimiento local y tradicional se considera un ámbito cultural transversal.

El modelo propone una jerarquía de ámbitos culturales núcleo y ámbitos culturales relacionados (véase figura 2). Los ámbitos culturales núcleo se asocian con la definición común de cultura y pueden encontrarse bajo los siguientes encabezados: patrimonio cultural y natural, representación y festejos, artes visuales, manualidades y diseño, prensa y libros y medios audiovisuales y digitales. Estas categorías están consideradas culturales 100%.

FIGURA 1. MODELO ANALÍTICO DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN CULTURAL



Los ámbitos relacionados se vinculan con una definición más amplia de la cultura incluyendo actividades sociales y de recreo. Representan categorías que tienen un carácter cultural pero cuyo componente principal no es cultural, a saber: deporte, ocio y turismo.

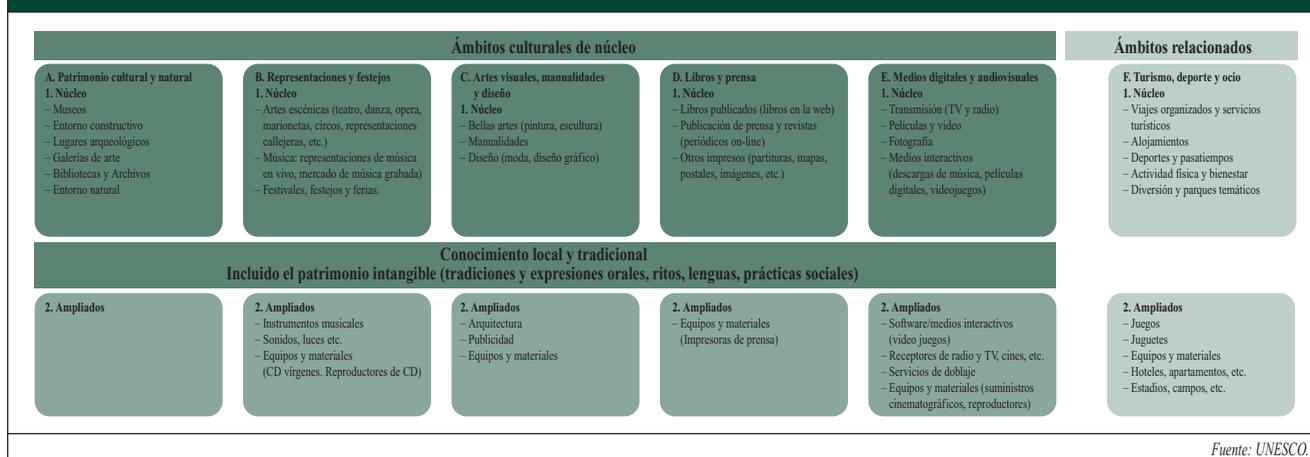
Dentro de cada ámbito se incorpora una categoría adicional de productos y actividades “ampliados”. Los productos núcleo (bienes y servicios) son aquellos directamente relacionados con un contenido cultural mientras que los productos culturales ampliados son a menudo las herramientas que permiten la producción o diseminación de los productos núcleo como equipamiento o materiales (teatros, instrumentos musicales). También incluyen actividades creativas en las que sólo parte de las actividades está relacionada con la cultura. Estos ámbitos son: arquitectura y publicidad.

Otra forma de definir el ámbito cultural es mediante la observación de las industrias basadas en los derechos de autor. La WIPO (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2003) ha desarrollado una metodología que permite a los países calcular su tamaño. Las industrias núcleo de derechos de autor son normalmente aquellas caracterizadas como las típicas industrias culturales que están completa-

mente comprometidas con la creación, producción y fabricación, la representación, difusión, comunicación y exhibición o la distribución y la venta de los trabajos u otras materias sujetas a protección. La WIPO considera las siguientes industrias como industrias núcleo de derechos de autor: (a) prensa y literatura; (b) música, producciones teatrales, operas; (c) películas y vídeos (d) radio y televisión; (e) fotografía; (f) software y bases de datos; (g) artes visuales y gráficas; (h) servicios publicitarios y (i) sociedades de gestión de colectivos de derechos de autor.

Tras unos años de paréntesis, EUROSTAT vuelve a trabajar sobre las estadísticas culturales. Su último informe, EUROSTAT (EUROSTAT, 2007) utiliza un punto de vista pragmático para definir la cultura. Su definición incluye un conjunto mínimo de áreas que han sido establecidas entre todos los estados miembros como culturales. Estas áreas se limitan a: archivos de patrimonio artístico y monumental, bibliotecas, prensa y libros, artes visuales, arquitectura, artes escénicas y audiovisuales/multimedia. Se excluyen categorías como el deporte y el turismo. EUROSTAT reconoce que es necesario un trabajo metodológico adicional para mejorar las estadísticas culturales.

FIGURA 2. ÁMBITOS Y ACTIVIDADES PROPUESTOS POR LA METODOLOGÍA REVISADA DE UNESCO PARA LAS ESTADÍSTICAS CULTURALES



Midiendo la cultura

Otro factor clave es cómo se recogen las estadísticas culturales. La metodología de la UNESCO se basa en las clasificaciones más ampliamente empleadas dentro de las oficinas de estadística nacionales de los países desarrollados: la ISIC (la clasificación de industria estándar internacional), la ISCO (la clasificación de ocupaciones estándar internacional) y la menos empleada PCP (Clasificación de producto central). Maximizando así el potencial para emplear estudios ya existentes de recogida de estadísticas culturales y reduciendo, de este modo, el coste adicional de su recopilación.

Este modelo tiene en cuenta la falta de estadísticas nacionales sobre cultura y la necesidad de reducir la carga en los países con menos recursos estadísticos, humanos y económicos. El sistema hará uso de instrumentos habituales de estadística como encuestas de población activa o censos de población. Además, presentará un exhaustivo enfoque sobre la medición de la cultura tanto en la esfera social como en la económica, pero no será limitativo con respecto a lo que los países deberían o no recopilar. Esta flexibilidad permitirá a los países identificar las prioridades nacionales al tiempo que mantienen los elementos de comparativa internacional.

La metodología comienza con un modelo principalmente económico. Como complemento del modelo económico, también deben tenerse en cuenta los modelos sociales de cultura. El tema del consumo o la participación en las actividades culturales reconoce las dificultades de reconciliar los modelos de cultura “económico” y “social”. El “consumo” es considerado por algunos un enfoque económico mientras que la cultura demanda un punto de vista más amplio en el que el “disfrute” tiene un valor más que económico. Los especialistas afirman que la “participación” en las actividades culturales produce fuertes beneficios sociales, como la confirmación de la identidad y el incremento de la cohesión social. Una forma común de estudio incluye un evento o un lugar en particular, normalmente registrando el número de visitantes de un lugar, evento o festival. Desgraciadamente, muchas estadísticas turísticas no diferencian entre visitantes locales y extranjeros. Muchos lugares, ya sean patrimonio natural o arquitectónico, desempeñan un papel central en la vida de las comunidades locales a través de las prácticas culturales locales o tradicionales. Esto significa que la participación local y el uso de estos lugares debe ser sondeada junto a las de los visitantes de otros campos.

Otra forma de afrontar las dimensiones sociales de la cultura es a través de las dimensiones transversales propuestas en la metodología que son: educación y tradición y conocimiento local y conservación.

La educación enseña a las personas cómo valorar la cultura y es la herramienta principal para transmitir la cultura de una generación a otra. La educación también enseña cómo juzgar la calidad y diversidad cultural. Las tasas de inscripción en programas de educación cultural son, por ello, indicadores úti-

les de cómo los diferentes aspectos de la cultura son cubiertos por los colegios y la educación secundaria.

El conocimiento tradicional representa la producción cultural que no está incluida en el mercado convencional debido a que está sujeta a intercambios informales, intercambios no monetarios (por ejemplo, intercambio de regalos) o producciones de aficionados o informales. Los ejemplos incluyen la medicina tradicional, la producción textil rural, y la producción de instrumentos de música o ropa tradicional. Mientras que puede que estos artículos no entren en el mercado, pueden ser una significativa parte de una producción cultural particular y muchos países querrán datos relevantes. Un aspecto importante del conocimiento y las actividades tradicionales para la UNESCO es cuando éstas son vistas como un patrimonio intangible que podría ser expresado a través de rituales, expresiones orales, etc.

La conservación no es únicamente el modo en el que trabajos significativos de arte son conservados y salvaguardados para la posteridad. Importantes trabajos de arte o tradiciones pueden ser fuerzas poderosas para culturizar e inspirar futuros artistas. Trabajos de arte, patrimonios tangibles e intangibles son, por lo tanto recursos, que se inviertan o no, pueden producir beneficios en términos de nuevos productos culturales e ingresos de visitantes.

Todos estos temas sólo pueden dirigidos mediante una estrecha cooperación internacional que incluya la colaboración entre agencias internacionales (la OCDE, el EUROSTAT y la UNESCO) asociaciones profesionales (como la federación internacional de asociaciones de bibliotecas) y autoridades nacionales interesadas para quienes las estadísticas resultantes fueran relevantes, oportunas y de gran calidad.

En este contexto, la UNESCO consultará a sus estados miembros durante 2008 sobre la propuesta presentada en este documento. La versión final de la metodología para las estadísticas culturales estará disponible en 2009. Un enfoque internacional coordinado será necesario para evitar confusiones causadas por numerosas iniciativas diferentes. Sólo entonces la medida del impacto completo de la cultura en las economías y las sociedades será posible.

Para saber más...

- European Commission. Eurostat. *Cultural statistics pocket book*. 2007.
- European Commission. *The economy of culture in Europe*. 2006.
- OECD. *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. 2007.
- UNESCO Institute for Statistics, Hendrik van der Pol. *Key role of cultural and creative industries in the economy*. 2007
- World Intellectual Property Organisation (WIPO). *Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries*. 2003.