



# Enclave Cultural

Publicación del SICSUR

Sistema de Información Cultural del MERCOSUR

Año 5 N° 4 - Septiembre 2015

MICSUR

## Mercado de Industrias Culturales de América del Sur

Informe especial SICSUR,  
Brasil y Uruguay

## Patrimonio cultural y participación comunitaria

en Paraguay y Venezuela

## Medir la cultura

Argentina

## PBI cultural: 10 años creciendo

Y además...

## Una mirada desde el sur: Pueblos Indígenas y Políticas Culturales

Estudio sobre la institucionalidad cultural. SICSUR

Colombia

## Cuantificar el trabajo cultural en Colombia

Bolivia

estimula a sus artistas con el  
"Premio Plurinacional Eduardo Abaroa"

Perú.

## Cultura, motor de desarrollo

Ecuador

Proceso de reconocimiento institucional a las industrias culturales y creativas

Chile

Educación artística y formación ciudadana y derechos humanos

SICSUR



Ministerio de  
**Cultura**  
Presidencia de la Nación

# AUTORIDADES

## Argentina

### **Teresa Parodi**

Ministra de Cultura  
Ministerio de Cultura de la Nación  
República Argentina

## Colombia

### **Mariana Garcés Córdoba**

Ministra de Cultura  
Ministerio de Cultura  
República de Colombia

## Uruguay

### **María Julia Muñoz**

Ministra de Educación y Cultura  
Ministerio de Educación y Cultura  
República Oriental del Uruguay

## Bolivia

### **Marko Marcelo Machicao Bankovic**

Ministro de Culturas y Turismo  
Ministerio de Culturas y Turismo  
Estado Plurinacional de Bolivia

## Ecuador

### **Guillaume Long**

Ministro de Cultura y Patrimonio  
Ministerio de Cultura y Patrimonio  
República del Ecuador

## Venezuela

### **Reinaldo Iturriza**

Ministro del Poder Popular para la Cultura  
Ministerio del Poder Popular para la Cultura  
República Bolivariana de Venezuela

## Brasil

### **Juca Ferreira**

Ministro de Estado da Cultura  
Ministério da Cultura  
República Federativa do Brasil

## Perú

### **Diana Álvarez Calderón Gallo**

Ministra de Cultura  
Ministerio de Cultura  
República del Perú

## Chile

### **Ernesto Ottone Ramírez**

Ministro de Cultura  
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes  
República de Chile

## Paraguay

### **Mabel Causarano**

Ministra Secretaria de Cultura  
Secretaría Nacional de Cultura  
República del Paraguay



## Sumario

|   |      |
|---|------|
| <b>Editorial</b> .....  | 1    |
| <b>Argentina.</b> PBI cultural: 10 años creciendo.....  | 1, 2 |
| <b>Bolivia.</b> Bolivia estimula a sus artistas con el "Premio Plurinacional Eduardo Abaroa".....   | 3    |
| <b>Brasil.</b> El Estado emprendedor: el caso del MICSUR y los desafíos de la economía de la cultura rumbo a la internacionalización..... | 4    |
| <b>Chile.</b> Educación artística y formación ciudadana y derechos humanos.....   | 5    |
| <b>Colombia.</b> Valorando el trabajo cultural en Colombia .....  | 6    |

### **SICSUR. Sistema de Información Cultural del MERCOSUR**

Año 5 - N° 4 - Septiembre 2015

info@sicsur.org

|   |       |
|---|-------|
| <b>Ecuador.</b> Un proceso de reconocimiento a las industrias culturales y creativas .....                        | 7     |
| <b>SIC-SUR.</b> Integración Cultural y Economía: Mercado de Industrias Culturales de América del Sur-MICSUR ..... | 8,9   |
| <b>Paraguay.</b> Ciudadanía y patrimonio cultural, un dialogo necesario.....                                      | 10    |
| <b>Perú.</b> Cultura, motor de desarrollo para el Perú.....   | 11    |
| <b>Uruguay.</b> Uruguay en el MICSUR.....   | 13    |
| <b>Venezuela.</b> Sitios Sagrados Naturales: patrimonio cultural de pueblos indígenas .....                       | 14,15 |
| <b>SICSUR.</b> Institucionalidad Cultural. Una mirada desde el sur: pueblos indígenas.....                        | 15,16 |
| <b>Libros</b> .....   | 17    |



## Editorial

# Integración regional

Desde 2006, los países que integran el Sistema de Información Cultural del Mercosur han iniciado con el desafío de revertir una carencia histórica de la institucionalidad y la gestión cultural de la región: la falta de datos actualizados sobre la cultura sudamericana. Desde sus inicios se han focalizado en aspectos de la economía de la cultura, institucionalidad cultural y patrimonio cultural, entre otros. En 2011 el SICSUR decidió ampliar el campo de investigaciones al incorporar la temática de los pueblos indígenas. En esta ocasión presentamos la última publicación realizada desde el SICSUR: **“Una mirada desde el sur: Pueblos Indígenas. Políticas culturales y pueblos indígenas”**, este estudio nos permite acercarnos a la realidad de las poblaciones indígenas en los países de la región, y a las políticas culturales realizadas en estos últimos años. Con el objetivo de continuar construyendo conocimientos relativos a la realidad institucional de la región, dicha publicación constituye una herramienta de gran valor por la diversidad de propuestas relativas a políticas culturales y pueblos indígenas de la región, que congrega. Además, en esta publicación ofrecemos un espacio de análisis de lo que fue el **MICSUR 2014**. A forma de reflexión se presenta información relevada a través de encuestas y grupos focales, realizados durante las jornadas del MICSUR. Acompañando a esta reflexión, Brasil y Uruguay detallan su participación en el mismo, y caracteriza la importancia para los emprendedores de dichos países.

Entorno a la economía de la cultura, el artículo de Argentina presenta los nuevos resultados arrojados por la Cuenta Satélite de Cultura. Por su parte, Colombia presenta la realización de la matriz de trabajo del campo cultural, un instrumento creado a fin de analizar los puestos de trabajo en el sector. El equipo de Perú, nos presenta algunos de los resultados arrojados por los 22 indicadores creados a fin de medir la importancia del rol de la cultura en el desarrollo de la sociedad peruana. Sobre institucionalidad cultural, Ecuador comparte las transformaciones institucionales realizadas en los últimos años, que incorporan a las industrias culturales y creativas a la agenda ministerial. Mientras, Bolivia nos presenta los alcances del premio Plurinacional Eduardo Abaroa Bolivia, el cual busca estimular a sus artistas a partir del fomento económico. El equipo de Chile, por su parte, nos invita a reflexionar sobre la importancia de la educación artística para la formación en ciudadanía y derechos humanos. Por otra parte, Venezuela y Paraguay nos presentan experiencias de trabajo en patrimonio cultural. El equipo de Paraguay presenta el trabajo de descentralización realizado desde la Secretaría Nacional de Cultura, y la importancia de un diálogo entre la ciudadanía y su patrimonio cultural. En el caso de Venezuela, se presenta los desafíos de construir a través de la consulta a pueblos indígenas, definiciones acerca de los sitios sagrados, a fin de su reconocimiento como patrimonio cultural.

## Cuenta Satélite de Cultura Coyuntura Cultural Argentina

Durante el año 2012, el Producto Bruto Interno Cultural (PBI Cultural) atravesó su octavo año consecutivo de expansión, con una tasa de crecimiento interanual del 1,9%, crecimiento similar al del conjunto de la economía. Esto implica que el aporte de la cultura al PBI de la Argentina se mantiene entre 2011 y 2012 en torno al 3,8% sobre el valor agregado a precios constantes, lo que equivale, en el último año, a más de 60.000 millones de pesos a valores corrientes.

*Por Dirección de Sistema de Información de la Argentina (SInCA).  
Dirección Nacional de Planificación y Articulación. Ministerio de Cultura de la Nación*

En la Argentina, la estimación del PBI Cultura es realizada por el Ministerio de Cultura (a través del SInCA) en conjunto con la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (DNCN, dependiente del Indec<sup>1</sup>). Este año, **el cálculo para 2014 arrojó que el PBI cultural (o valor agregado generado por la cultura) fue de 100.000 millones de pesos, lo que equivale al 2,73% del PBI general.**

El cálculo del PBI cultural permite, además, analizar la evolución en el tiempo de la participación de la cultura en economía. Del análisis de la serie comprendida entre los años 2004 y 2014 puede apreciarse que **el PBI cultural creció un 26% más que el PBI total (87% contra 61%, respectivamente).**



## El sector audiovisual es el sector con mas representación en el PBI Cultural

### Audiovisual, el sector que más crece

La nueva estimación del PBI permitió estimar la facturación y el valor agregado generado por cada sector cultural. Así, pudo saberse que el audiovisual es el sector con más representación en el PBI cultural, pero también es el rubro cuya participación más creció en los últimos diez años: durante 2014, de cada 100 pesos generados por la cultura, casi 40 correspondieron al sector audiovisual; y entre 2004 y 2014 su participación en el PBI cultural creció un 12%. Otro sector con una participación creciente

en el PBI Cultural es el de los contenidos digitales, ya que mientras el peso relativo del sector audiovisual se incrementó un 12%, el sector contenidos digitales ganó casi cinco puntos porcentuales durante la última década.

### Cambio de año base

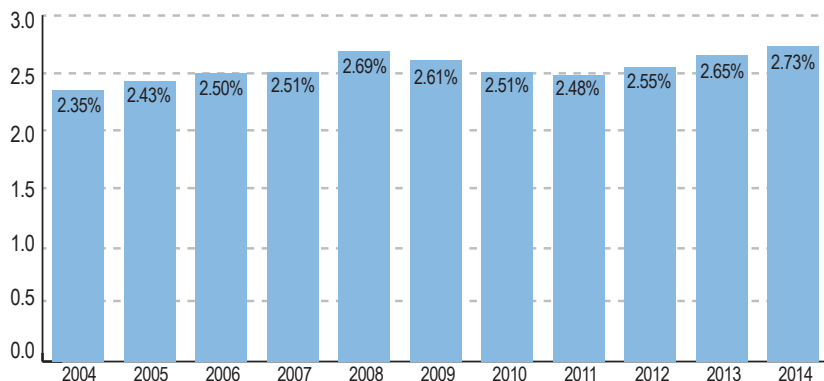
Para realizar comparaciones interanuales es necesario aislar el efecto precio, es decir, emplear precios constantes, que permitan saber si se produjeron más o menos bienes y servicios que el año anterior. Para ello se

establece un **año base** de referencia en función del cual se “fijan” los precios. Hasta el tercer trimestre de 2013, el INDEC estimaba el PBI considerando 1993 como año base. En 2014, el organismo oficial realizó las estimaciones del período 2004–2013 valorizando la producción a los precios de 2004, considerando a partir de entonces el nuevo año base.

Al compararse los resultados de los dos años base, se observa que aunque en la estimación base 2004 se verifica un mayor nivel de producción, se reduce la participación de la cultura en el total de la producción económica. Por lo tanto, la disminución de la participación de la cultura en el PBI no significa una caída real; sino que, en la nueva medición, otros sectores económicos crecieron más que el sector cultural.

En síntesis, este nuevo año base implica una mejora en el cálculo del PBI porque refleja los cambios estructurales y los avances tecnológicos. Por otra parte, dada la mayor disponibilidad de información, fue posible desagregar el valor agregado generado por cada sector cultural, lo que representa un notable avance en la estimación, y por sobre todo en el conocimiento del sector.

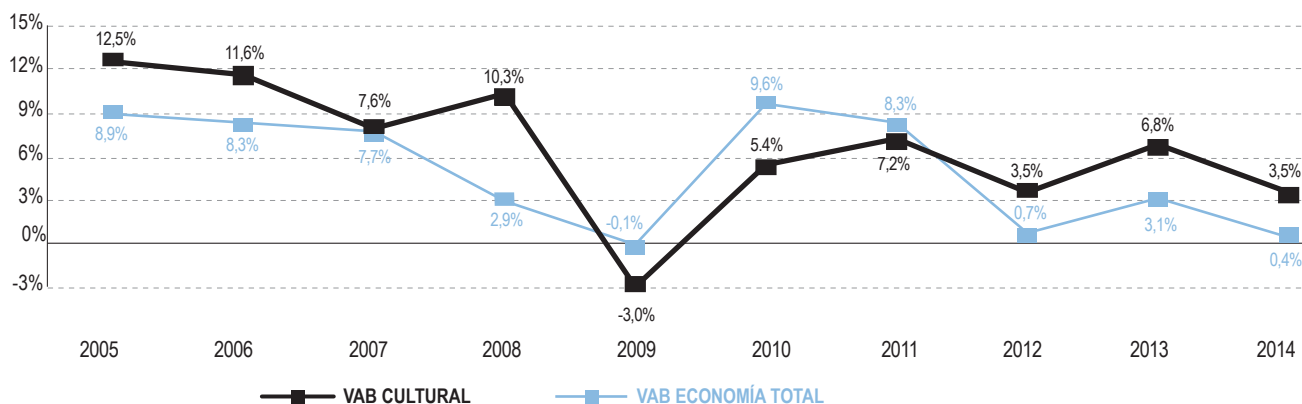
Participación del PBI en el total.



Fuente: SInCA en base a INDEC

1. Instituto Nacional de Estadística y Censos

PBI Cultural y de la economía. Variaciones interanuales 2004-2014



Fuente: SInCA en base a INDEC.





## Fomento

# Bolivia estimula a sus artistas Con el “Premio Plurinacional Eduardo Abaroa”

En 2011, se crea el Premio Plurinacional Eduardo Abaroa con el objetivo de incentivar y difundir las diversas expresiones artístico-culturales. Al 2015 ya lleva otorgados más de 276 premios a distintos artistas, periodistas e investigadores de todo el país.

*Unidad de Relaciones Internacionales.  
Ministerio de Culturas y Turismo del  
Estado Plurinacional de Bolivia*

El Estado Boliviano en 2011, a través del Decreto Supremo N° 0859, instituyó el Fondo de Fomento de Educación Cívico Patriótica, con la visión de integrar al país por medio de las artes y la cultura, reflejando la mayor apertura posible, y reconociendo las actividades artísticas y culturales de bolivianas y bolivianos. Este nuevo fondo permitió la creación del Premio Plurinacional Eduardo Abaroa. Dicha política pública de incidencia directa al sector cultural prioriza el apoyo a los artistas, periodistas e investigadores, con el fin de realzar el fervor patrio sobre el derecho a la reivindicación marítima del Estado Plurinacional de Bolivia.

El Premio Plurinacional Eduardo Abaroa busca incentivar y difundir las diversas expresiones artístico-culturales de nuestro

país (tanto las tradicionales como las más innovadoras), contribuyendo a la creación y rescate de las mismas. Además impulsa la recuperación de saberes y técnicas ancestrales, y promueve la investigación académica y periodística en temas culturales. Al año de su creación, el Premio Plurinacional Eduardo Abaroa premió la trayectoria de reconocidos artistas, investigadores, periodistas y deportistas. A partir de la segunda versión, en 2012, la convocatoria fue abierta, e instituyó la modalidad de Concurso, edición en la que se entregaron 75 premios. Hasta el momento se premiaron 276 obras en distintas categorías, lo que representa un total de 5.810.000Bs de aliciente al sector cultural.

Para la versión 2015, se incluirán 11 especialidades nuevas dentro de las categorías existentes. En total, dentro de las 9 categorías conocidas, se presentan 43 especialidades:

**Artes Audiovisuales:** Cortometraje, Largometraje, Documental, Animación y

Fomento a las Nuevas Producciones.

**Artes Escénicas:** Danza Clásica, Danza Contemporánea, Danza Folklórica, Teatro, Teatro de Títeres y Narración Oral (Cuentacuento).

**Artes Musicales:** Música Autóctona - Originaria Música Folklórica, Arreglo Música Folklórica y/o Autóctona para orquesta sinfónica, Música Folklórica para Banda, Música Pop/ Balada, Música Rock/ Metal, Música Urbana, Música Tropical Música Jazz/ Blues Música para Niños.

**Artes Originarias:** Textiles Originarios, Cerámica Tradicional y Tallado tradicional en Madera.

**Artes Plásticas:** Pintura, Escultura, Grabado y Dibujo.

**Artes Populares:** Cerámica, Orfebrería e Instrumentos Musicales.

**Artes Visuales Digitales:** Fotografía Digital, Retoque Digital e Ilustración Digital.

**Investigación:** Investigación Histórica, Fomento a Proyectos de Investigación Histórica, Investigación en Revalorización de Nuestras Culturas, Fomento a Proyectos de Investigación en Revalorización de Nuestras Culturas e Investigación de la Cultura Musical Indígena y Originaria.

**Periodismo Cultural:** Periodismo Cultural de Televisión, Periodismo Cultural de Prensa Escrita, Periodismo Cultural de Radio y Periodismo Cultural Digital.

El Premio ha dado un lugar privilegiado a las diversas manifestaciones culturales tradicionales y contemporáneas que se gestan en Bolivia. Además, ha permitido estimular el disfrute y el conocimiento del arte y la cultura a niños, jóvenes y adultos de diversos puntos del territorio; abriendo espacios para la manifestación de las mejores creaciones culturales y artísticas del país. Para este año, el Ministerio de Culturas y Turismo iniciará la promoción de los ganadores del Premio a través de la difusión de sus obras, con el propósito de apoyar su producción gestionando la apertura de nuevos espacios y oportunidades.

| Año  | Modalidad               | Número De Obras | Especialidades Premiadas | Premios Otorgados | Monto Total Bs. |
|------|-------------------------|-----------------|--------------------------|-------------------|-----------------|
| 2012 | Premio a la Trayectoria | 451             | 22                       | 22                | 660,00          |
| 2012 | Concurso                | 1335            | 28                       | 75                | 1.560.000,00    |
| 2013 | Concurso                | 1040            | 32                       | 92                | 1.850.000,00    |
| 2014 | Concurso                | 1106            | 32                       | 87                | 1.740.000,00    |



BRASIL

Especial MICSUR

## El Estado emprendedor: El caso de MICSUR y los desafíos de la economía de la cultura rumbo a la internacionalización

Es notable el crecimiento, en relevancia y en preocupación, de las industrias creativas y/o culturales<sup>1</sup> en las agendas públicas de las últimas dos décadas. La inserción de la cultura como eje central de desarrollo económico, ya es prioridad para los gobiernos de muchos países, tanto por su capacidad de promover la creación de empleos, como por su aporte al fortalecimiento de la diversidad cultural.

*Por Dirección de Emprendimientos, Gestión e Innovación (DEGI) Secretaria de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. República Federativa de Brasil.*

Las ferias de negocios conforman una de las principales soluciones que el sector privado ha buscado para el encuentro entre oferta y demanda. Por lo tanto, una de las principales formas de que dispone el Estado para estimular sus sectores creativos es incentivar la participación de sus emprendedores en los mercados más dinámicos, tanto nacionales como internacionales. No obstante, Brasil aún posee un potencial sub-explotado en un mercado externo con alta receptividad a los productos brasileños, reconocidos por su originalidad e identidad propia.

Frente un escenario donde el comercio cultural fuera de la región latinoamericana (principalmente con Estados Unidos de América y Europa) es diez veces mayor que el intra regional, el Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) llega a su segunda edición en Bogotá como el principal encuentro regional que busca

reunir pequeños y medios emprendedores, ofertantes y demandantes de los mercados culturales de la América del Sur<sup>2</sup>. El MICSUR surge, por consiguiente, como estrategia de los países sudamericanos para intensificar la circulación internacional de bienes y agentes de la cultura en la región<sup>3</sup>.

El éxito de MICSUR 2014 ya motivó la creación de una serie de mercados nacionales como por ejemplo, el Mercado de Industrias Culturales de Paraguay– MICPY. Así también, puede nombrarse al precursor del MICSUR, el MICA (Argentina), el cual es un ejemplo de éxito en la región<sup>4</sup>. Por esta razón, la creación de un MICBrasil conforma una gran oportunidad de desarrollo del mercado cultural de Brasil,

porque permite fortalecer los circuitos culturales nacionales con acciones efectivas. Dado que ha quedado evidencia que Brasil demanda una política de festivales y circuitos que fomenten la circulación nacional de contenidos culturales.

¿Pero el Estado debe meterse a organizar un mercado de industrias culturales? El Estado tiene un papel central en la organización del evento, generando nuevas posibilidades, tales como: (1) incentivar una matriz cultural diversa y plural en sus países. A través de pequeñas y medianas empresas, descentralizando mercados, valorando el patrimonio inmaterial, y promoviendo la sostenibilidad de estos emprendimientos; (2) integrar regionalmente tanto las políticas públicas que proporcionen un ambiente de negocios que favorezcan la circulación de bienes, servicios y agentes culturales<sup>5</sup>, como sus emprendedores culturales (3) promover nuevos circuitos de negocios y cultura, a través de ferias y encuentros multisectoriales; (4) crear canales que den salida a la enorme producción de calidad de sus emprendedores creativos. Es invaluable la cantidad de obras, espectáculos, canciones, juegos, entre otras manifestaciones culturales, que encuentran dificultades para comercialización, mismo con enorme potencial de negocio.

2. Vale la pena mencionar que ya se han comprometido los 12 países de América del Sur, lo que ya es un indicativo de éxito y de la dimensión que el evento está ganando.

3. En su primera edición en 2014, en Argentina, solamente el país anfitrión ha gastado más de 2 millones de dólares en la organización del evento (excluyendo de ahí los valores gastados por cada país) y reunió a más de 800 emprendedores en más de 9 mil rondas de negocios. Brasil llevó una delegación con el total de 199 emprendedores, 112 de estos con algún apoyo del gobierno (ayuda de costo y/o inserción en la plataforma de agendas).

1. Hay divergencias conceptuales sobre la elección de los términos “economía de la cultura” y “economía creativa”. Por lo tanto, “cultura” es entendida como “el conjunto de características singulares materiales, intelectuales, emocionales y espirituales que definen una sociedad” en el que se incluye manifestaciones inmateriales, valores, tradiciones y creencias (UNESCO. Declaración de la Ciudad de México sobre Políticas Culturales (MONDIACULT). 1982).



CHILE

Mucho se habla que la integración de América Latina no es un destino, pero, de hecho, un proceso que necesita abandonar el discurso, e ir a la práctica. Hay que evaluar en qué medida y de qué manera. En términos culturales y de circulación de bienes y servicios, aún no somos plenamente integrados ni siquiera dentro de nuestros países. Por esta razón, necesitamos avanzar en propuestas concretas de valoración de los espacios multilaterales ya existentes, como el Mercosur y la Unasur. Son necesarios inmediatos sistemas de indicadores, y plataformas que estimulen entendimientos comunes sobre el acceso a los derechos culturales. Así también, el avance en el Sello Mercosur Cultural, como la regulación común para el ambiente digital son pasos necesarios como región. En este sentido, el MICSUR y las acciones de los gobiernos nacionales son imprescindibles para el desarrollo de rumbo a una mayor integración política regional, que retome el potencial de los emprendedores

4. El Mercado de Industrias Culturales de Argentina sucede desde 2011 y es todo financiado por el Estado Argentino.

5. El sello Mercosur Cultural está en discusión hace 20 años. Por la primera vez, está siendo viabilizada una plataforma piloto para que 3 países (Brasil, Paraguay y Venezuela) puedan experimentar este nuevo trámite facilitado para bienes y servicios culturales que circulen temporariamente entre estos países. En 2016, el Sello-piloto deberá salir del papel.

## Educación

# Educación artística y formación ciudadana y derechos humanos

El Ministerio de Educación de Chile, ha propuesto el Plan Nacional de Formación Ciudadana y Derechos Humanos<sup>1</sup> para formar ciudadanos activos, responsables, participativos y comprometidos con el rol que tienen en la sociedad. Los establecimientos educacionales contarán con un plan en todos los niveles, que integre y complemente las definiciones curriculares en esta materia.

*Departamento de Educación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. República de Chile*

Es una formación en y para la ciudadanía que trasciende la educación cívica, ampliándose a la participación, convivencia e interacción ciudadana. La ciudadanía se ejerce a través de un conjunto de derechos y responsabilidades, que permiten a las personas participar e influir en las decisiones que trascienden su particularidad, y que les otorgan una identidad, como parte de un colectivo mayor. Una responsabilidad con nosotros, con los otros y con el entorno. Diversidad cultural, cohesión social, fueron temas ampliamente reflexionados en la 2ª Conferencia Mundial sobre Educación Artística (Seúl 2010). En dicha conferencia, se reflexiono acerca de la educación artística como ámbito que permite contrarrestar el impacto de la mundialización y la homogenización cultural que ésta conlleva, siendo un medio para desarrollar la sensibilidad personal, la inteligencia emocional, la percepción de los demás, la capacidad de análisis comparativo y la comprensión de la diversidad.

Entre los objetivos propuestos en esta conferencia, se resalta: **“Aplicar los principios y las prácticas de la educación artística para contribuir a la solución de los problemas**

**sociales y culturales del mundo contemporáneo.”** Esto supone **“Apoyar y fortalecer la función de la educación artística en la promoción de la responsabilidad social, la cohesión social, la diversidad cultural y el diálogo intercultural”**.

Esto supone reconocer el contexto específico y estimular prácticas pedagógicas pertinentes para los estudiantes; fomentar expresiones artísticas y culturales diferentes; incorporar el diálogo intercultural; centrar las actividades en una amplia gama de temas sociales y culturales contemporáneos. Si bien el currículum chileno asegura el acceso a las artes, para todos los estudiantes, los objetivos de Seúl son más exigentes: *“Velar por que la educación artística sea accesible, como elemento esencial y sostenible de una educación renovada de gran calidad”*.

Una característica de la educación artística de calidad<sup>2</sup> es la colaboración entre escuelas e instituciones artísticas (educadores y artistas), compartiendo la planificación, implementación y evaluación de las experiencias. Esto requiere una formación continua de profesores y artistas, y de escuelas flexibles, con límites permeables a la comunidad.

La gran mayoría de quienes tienen a su cargo las horas de artes en Chile, no tienen formación disciplinaria<sup>3</sup>. Ahora sabemos que las mallas de las universidades tienen





## COLOMBIA

menos ramos artísticos en la formación de profesores(as) de enseñanza básica<sup>4</sup>, lo que una amenaza la calidad. Además, los límites físicos de la escuela, son cada vez más rígidos e impermeables, ampliando la “caja negra” a la escuela, encerrándola y aislándola de la comunidad.

De ahí la importancia experiencias como ACCIONA del CNCA. Programa de arte educación, desarrollado de forma colaborativa por un dupla docente(a) de la escuela y artista o cultor(a) externo que desde un diagnóstico, planifican un proyecto (proceso) anual con un curso o grupo de estudiantes. La experiencia artística es un medio para desarrollar creatividad y construir conocimiento, para generar reflexión en los estudiantes, desde el arte y la pedagogía contemporánea.

Estos procesos permiten conectar experiencias; desarrollar pensamiento creativo; fortalecer las capacidades socioafectivas; reflexionar sobre los territorios; promover la experimentación y apreciación de manifestaciones culturales; promover procesos identitarios; y potenciar la asociatividad.

Una segunda experiencia que aportará el CNCA en la formación ciudadana, es el Programa Centros de Creación (CECREA) para ciudadanos de 6 a 19 años. Su modelo es un sistema de experiencias y procesos creativos de aprendizaje, que permite que niños, niñas y jóvenes, a través de la convergencia entre las artes, ciencias, tecnologías y sustentabilidad; indaguen, experimenten, jueguen, conversen, imaginen y creen, ejerciendo sus derechos.

### Cuenta Satélite de Cultura Colombia

## Valorando el trabajo cultural en Colombia

Desde la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia se ha desarrollado la Matriz de Trabajo del campo cultural con el objetivo de identificar, contrastar e integrar el factor del trabajo a la descripción del proceso productivo del sector cultural. Esta nueva medición registró que el Trabajo Equivalente a Tiempo Completo –TETC- para los asalariados en el año 2012 fue de 94.807 y para los trabajadores por cuenta propia de 81.076 en el sector cultural.

*Por Grupo Emprendimiento Cultural.  
Ministerio de Cultura. República de Colombia*

En los continuos ejercicios de valoración económica que viene realizando la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia (CSCC), investigación desarrollada en el marco de un convenio entre el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Ministerio de Cultura, surge la necesidad de construir una primera matriz de trabajo, con el objetivo de identificar, caracterizar, contrastar e integrar el factor trabajo a la descripción del proceso productivo de las actividades asociadas a este sector. De tal manera, la Matriz de Trabajo del Campo Cultural es el resultado de una secuencia de sub-matrices que brindan información sobre la distribución de puestos de trabajo por cada uno de los segmentos del campo cultural, así como por categoría ocupacional (Asalariados y Cuenta Propia) y sexo. Adicionalmente, indaga y calcula el empleo no observado; un balance entre la oferta laboral y su demanda.

Desde el año 2014, el equipo de la CSCC viene consolidando una metodología específica para el levantamiento y tratamiento de información secundaria, que permite desarrollar procedimientos técnicos en

concordancia con los parámetros establecidos en el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas (2008), las recomendaciones del Manual Metodológico del Convenio Andrés Bello (2009) y la estructura general de la Matriz de Trabajo del marco central de la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales del DANE. Para esto, fue conveniente adoptar conceptos y definiciones funcionales afines con otros estudios realizados en el ámbito nacional e internacional, entre estos, aquellos provistos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con relación a: *trabajo, trabajo equivalente a tiempo completo, puestos de trabajo, horas efectivas trabajadas, asalariado/a, trabajador/a por cuenta propia y trabajo no observado*<sup>1</sup>.

Posteriormente, se seleccionaron fuentes de información que posibilitaron la consecución de datos para determinar la oferta y demanda laboral. Por un lado, mediante la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) se logró identificar las

1. [www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl)

2. “El factor ¡Wuuu!” de Anne Bamford (2004)

3. OEI Chile (2011) Estudio sobre el Estado Actual de la Educación Artística en la RM

1. Para más obtener más información sobre los conceptos y definiciones, remitirse a la Resolución sobre las estadísticas del trabajo, la ocupación y la subutilización de la fuerza de trabajo de la OIT y el Manual Metodológico de Cuenta Satélite de Cultura para su Implementación en Latinoamérica del Convenio Andrés Bello.

*horas efectivamente trabajadas*, es decir, el tiempo real dedicado a la realización de actividades<sup>2</sup> que contribuyan a la producción de bienes y servicios culturales. De otra parte, algunas encuestas económicas y registros administrativos permitieron calcular el promedio de horas semanales por segmento<sup>3</sup> del campo cultural, siendo esta una variable clave para la medición de la demanda laboral.

Por medio de esta información, se pudo calcular el Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (expresado en 48 horas semanales según la legislación colombiana) con un nivel de desagregación por segmento del campo cultural. Este paso se convirtió en un elemento fundamental para el desarrollo del ejercicio, ya que expertos de Cuentas Nacionales del DANE recomendaron cuantificar y presentar la matriz en clave de puestos de trabajo, y no en número de ocupados, garantizando comparabilidad con el marco central de la contabilidad nacional, así como con otras mediciones internacionales.

Ya que algunas fuentes de información utilizadas para la demanda no contaban

con datos directamente asociados con la ocupación laboral, fue necesario realizar procedimientos de imputación estadística con el fin de transformarlos en puestos de trabajo. Finalmente, y luego de los recursos técnicos requeridos, se elaboró el cruce entre la oferta y la demanda de puestos de trabajo. Con esta confrontación se identificó el trabajo no observado, el cual podría estar vinculado al trabajo no formal y a los “vacíos” de la información por demanda laboral.

#### Descripción de los resultados del Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (TETC)

A partir de los resultados de la Matriz de Trabajo del Campo Cultural se identificó que el Trabajo Equivalente a Tiempo Completo –TETC– para los asalariados en el año 2012 fue de 94.807 y para los trabajadores por cuenta propia de 81.076, registrando un total general de 175.882 (Ver Tabla 1). Teniendo en cuenta que el concepto de cuenta propia hace referencia a todos aquellos empleos que se ofrecen de manera particular sin un contrato de permanencia, es posible dar cuenta

de la informalidad del trabajo en el sector cultural.

Por otro lado, puede observarse que el segmento de artes visuales, música y artes escénicas es el que mayores puestos de trabajo genera, seguido por el segmento de la *creación publicitaria y audiovisual*.

A manera de conclusión es importante resaltar que existen diferentes desafíos que debe enfrentar el equipo de CSCC, con el objetivo de complementar la medición asociada al trabajo del campo cultural. El primer punto consiste en incluir aquellos sectores que no hicieron parte de este primer ejercicio, por medio del uso de otras fuentes de información (tanto de entidades públicas como privadas). En segunda instancia, es fundamental fortalecer este estudio, a partir de la consecución y análisis de otros indicadores afines, permitiendo una reflexión crítica sobre el estado del mismo. Sin embargo, se considera que estos primeros resultados abren la posibilidad de tener un panorama referente al trabajo cultural, bajo el interés de construir lineamientos de política pública que beneficie a los actores y agentes culturales.

Tabla 1. Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (Total Asalariados y Cuenta Propia) por sector

| Segmentos del Campo Cultural            | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Libros y publicaciones                  | 33.137  | 30.657  | 30.444  | 31.657  | 32.567  | 33.758  |
| Juegos y juguetes                       | 5.420   | 5.644   | 6.224   | 6.555   | 4.622   | 5.102   |
| Audiovisuales                           | 46.967  | 48.846  | 42.110  | 40.821  | 43.505  | 37.615  |
| Creación Publicitaria                   | 40.565  | 40.552  | 32.961  | 40.090  | 45.693  | 44.839  |
| Artes visuales, música, artes escénicas | 49.872  | 55.104  | 54.458  | 43.814  | 54.843  | 49.155  |
| Patrimonio (Material y Natural)         | 5.848   | 8.025   | 7.066   | 4.112   | 5.276   | 5.413   |
| Total                                   | 181.810 | 188.826 | 173.266 | 167.049 | 186.507 | 175.882 |

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales \_ Ministerio de Cultura

2. Es importante aclarar que para el desarrollo de este primer ejercicio, solo se tuvo en cuenta el empleo principal relacionado en la GEIH.

3. Debido a que algunas actividades no se encuentran desagregadas en la CIIU Rev. 3 Adaptada para Colombia, solo se incluyeron los siguientes segmentos: Libros y publicaciones, juegos y juguetería, creación publicitaria, audiovisual, artes escénicas y espectáculos artísticos, artes plásticas y visuales, música y patrimonio (material y natural). Por lo tanto, los segmentos de Creación literaria, musical y teatral, diseño, patrimonio inmaterial y educación cultural no hacen parte de esta primera matriz de trabajo.

# Mercado de Industrias Culturales de América del Sur

Las naciones de América del Sur comparten rasgos identitarios y una historia común capaz de contribuir al intercambio. Sin embargo, para potenciar el sector en el ámbito regional, es necesario construir corredores comerciales, promover el asociativismo, y generar complementariedad en la participación en ferias, festivales y mercados internacionales, entre otros aspectos.

Por esta razón, en mayo de 2014, se realizó en la ciudad de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina, el primer Mercado de Industrias Culturales de América del Sur (MICSUR). Este encuentro reunió seis sectores de las industrias culturales –audiovisual, editorial, música, artes escénicas, videojuegos y diseño– de los diez países participantes: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Durante cuatro días, se realizaron en simultáneo: rondas de negocios, conferencias, foros, seminarios, y muestras en vivo (musicales, desfiles, artes escénicas). Este nuevo espacio de intercambio presentó un desafío y una nueva experiencia para los países de la región. Por esta razón, el SICSUR realizó un estudio de grupos focales durante el evento, y encuestas de seguimiento<sup>1</sup> a los participantes, en los meses posteriores al evento, con el objetivo de registrar aciertos y puntos a mejorar de las jornadas del MICSUR.

### ¿Quiénes asistieron?

Durante el MICSUR, se realizaron grupos focales con el objetivo de conocer a los participantes del mismo. Para estos grupos, la selección de los participantes se realizó por sector de las industrias culturales (editorial, el audiovisual, musical, artes escénicas, videojuegos y diseño). Además, se distinguió por región geográfica, por un lado los países “Mercosur-Chile: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay; y por otro,

los países “andinos”: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

El MICSUR tiene como objetivo principal fomentar el comercio cultural en América del Sur. Por esta razón, entre los temas tratados en los grupos focales se encuentran: i) Experiencias de exportación; ii) mercado interno y mercado regional; iii) Esquemas de producción. A continuación se presentan algunos resultados.

### Esquema de producción

A la hora de analizar el tamaño de los emprendimientos participantes del MICSUR, se presentan dentro del rango de pequeño a mediano. El sector editorial es el que exhibe algunas excepciones y en algunos casos, principalmente en el audiovisual, el personal varía de acuerdo al momento de realización de un proyecto.

Los emprendimientos se caracterizan por el desarrollo de actividades en varias ramas del sector. Por ejemplo, en el sector editorial predominan los sellos editoriales, también hay presencia de empresas distribuidoras de libros. En el sector audiovisual hay productoras, cineastas independientes, guionistas, etcétera.

Así también, entre las particularidades de los emprendedores puede mencionarse la participación transversal de los diversos sectores. Por ejemplo, una productora de

cine, a su vez produce un videojuego.

En cuanto a la antigüedad de los emprendimientos, se presenta de manera heterogénea. Algunos participantes poseen emprendimientos con más veinte años, mientras que otros solo cuentan con menos de dos años de existencia.

Por otra parte, el nivel de facturación, y la escala de producción de los emprendimientos se encuentran fuertemente asociados al sector. El sector editorial se encuentra representado por empresas medianas; mientras que en el sector musical y audiovisual, predominan las empresas pequeñas y medianas. A diferencia, en el sector diseño predominan las empresas pequeñas, muchas veces unipersonales.

### Mercado Interno y Externo

En todos los países y sectores se presentó como denominador común la concentración elevada de los sectores en las ciudades más pobladas y/o económicamente más importantes. Razón por la cual los emprendedores ponderan positivamente el hecho de que el Estado ayude a impulsar actividades en las diferentes regiones.

Por ejemplo, uno de los participantes de Brasil resalta: “En San Pablo, que es la ciudad más grande de Brasil, las salas de cine están concentradas en lugares de las personas que tienen plata (...) Ahora el gobierno







“El 83% de los participantes considera que es un espacio importante para generar vínculos”.

*está haciendo un trámite con las ciudades de menos de 10 mil habitantes, para que el gobierno local, con la iniciativa del gobierno federal, se ponga a montar unas salas o reactivar salas que ya tenía. (Brasil)”*

La mayoría declara sus intenciones de integrarse con otros países de la región, aunque en varias oportunidades existen diversos impedimentos u obstáculos para hacerlo. En el caso de los países del grupo del Mercosur-Chile, los participantes mencionan complicaciones de tipo burocráticas o de plazos mientras que los últimos están conformes en general.

### Experiencias de exportación

En el caso de las experiencias de exportación de los emprendimientos, se presentaban diferencias según el sector en el cual se desempeñe.

En el sector editorial, los emprendimientos culturales presentan mayor experiencia en el comercio exterior, tanto regionalmente como hacia otros países. A diferencia, los participantes del sector musical han mencionado que focalizan sus actividades en la realización de giras y conciertos, que en la exportación de fonogramas en formato CD u otros.

Por otra parte, dentro del sector audiovisual se presentan diferencias entre las regiones. En el grupo Mercosur-Chile, los

documentalistas muestran experiencia como exportadores, pero en mercados fuera de la región. En cambio, en el grupo de los Andinos, las experiencias en exportación son escasas.

En el caso del sector diseño, los entrevistados dicen ser experimentados en exportaciones, aunque casi siempre extra-región, y en cantidades pequeñas.

### ¿Qué opinan del MICSUR?<sup>2</sup>

Al momento de contestar sobre la utilidad del MICSUR, el **83% de los participantes** considera que es **un espacio importante para generar vínculos**. Este motivo se encuentra relacionado a las respuestas **intercambiar experiencias, y la posibilidad de generar redes de asociatividad**. A diferencia, los motivos **conocer sobre la industria cultural y generar ventas** son los ítems con menor valoración relativa.

Por otra parte, es remarcable la experiencia y la buena voluntad de los participantes en los esquemas de asociatividad. El 78% declara tener experiencia en esquemas de asociatividad, mientras que el 98% considera que esa herramienta organizativa permite potenciar sus emprendimientos.

Para las rondas de negocios, el promedio fue 20 citas durante los 4 días, con picos en 10, 25 y 30 citas. Cuando se preguntó a los participantes por su experiencia en rondas

de negocio, el 55% afirmó que el MICSUR era una de sus primeras experiencias en rondas de negocios. Sin embargo, el 93% declara haber logrado aciertos en las rondas de negocios.

En las rondas de negocios, la mayoría de los acuerdos fueron compromisos para coordinar reuniones de negocio futuras, y para continuar los contactos, incluyendo cotizaciones de los productos y muestras. Así también, los espacios de presentaciones en vivo (música, artes escénicas, desfile) fueron valorados positivamente. En el caso de los showcases<sup>3</sup> de música, el 78% de los productores encontraron este espacio fructífero para establecer contactos, y poder realizar una primera instancia de muestra en vivo de su producción.

### En Conclusión...

A partir de los resultados arrojados por los estudios realizados, puede afirmarse que para los participantes el MICSUR es un espacio importante para generar vínculos, intercambiar experiencias y abre la posibilidad de generar redes de asociatividad. Así también, los participantes valoran el espacio del MICSUR para conocerse con los demandantes, pero también con otros emprendedores. Por eso, en muchos casos reclaman espacios fuera de las rondas de negocios y otros medios para identificarse entre sí. Estos diagnósticos han sido apropiados en el diseño de MICSUR 2016, que se realizará en la Ciudad de Bogotá entre el 24 y el 27 de agosto del año entrante.

1. La encuesta de seguimiento fue realizada durante el mes de agosto de 2014, a través de un formulario web. El formulario fue enviado a 660 participantes con un nivel de respuesta del 42%.

2. Resultados arrojados por las encuestas de seguimiento.

3. Los showcases son presentaciones musicales generalmente de 20 minutos, dirigidas a productores de sellos discográficos y programadores de festivales.





ECUADOR



“para el 2017 se busca incrementar en un 0.95% el peso relativo de las industrias culturales respecto al PIB”.

Industrias Culturales y creativas

## Un proceso de reconocimiento a las industrias culturales y creativas

En el marco del Plan Nacional del Buen Vivir, en 2012 se crea la Subsecretaría Técnica de Emprendimientos Culturales dentro del Ministerio de Cultura y Patrimonio. La nueva área tiene como objetivo profundizar las políticas dirigidas a las industrias culturales y creativas

**Por Secretaría de Emprendimientos Culturales.**

**Ministerio de Cultura y Patrimonio de la República del Ecuador**

En el Ecuador, el reconocimiento y posicionamiento del sector de los emprendimientos e industrias culturales y creativas como componente del desarrollo de la sociedad, y por su impacto positivo sobre las relaciones económicas, por parte del Estado, es de índole reciente.

Como muestra de esto, a partir del Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010), enmarcado en la nueva Constitución ecuatoriana, se incorpora a las industrias culturales entre los objetivos nacionales. El plan sostiene la “Promoción de inventarios y apoyo estatal y privado a grupos que realizan actividades culturales y que permiten la creación y consolidación de industrias culturales en el país” (Plan Nacional de Desarrollo, 2007). A partir de este reconocimiento inicial, para el año 2009, en el Plan Nacional del Buen

Vivir (2009-2013) se plantea una serie de objetivos, estrategias y metas respecto de la provisión de bienes y servicios culturales del país, enmarcados en procesos de creación, producción, circulación y consumo. En consonancia con ello, se reorganiza el modelo de gestión del Ministerio de Cultura y Patrimonio, dando paso en el 2012 a la puesta en marcha de la Subsecretaría Técnica de Emprendimientos Culturales. La nueva subsecretaría tiene como objetivo “Formular y proponer las políticas públicas orientadas a fomentar y fortalecer la producción, circulación y consumo de bienes y servicios culturales portadores de identidad local y nacional; así como facilitar su acceso a los mercados nacionales e internacionales para estimular la creación cultural y fomentar, desde la cultura, procesos de dinamización económica” (Estatuto Orgánico del Ministerio de Cultura del Ecuador, 2012).

En este sentido, desde 2012, se priorizan y reconocen institucionalmente a cinco sectores de las industrias culturales y creativas en el Ecuador: (i) Cine y Audiovisual, (ii) Multimedia, (iii) Diseño y Artes Aplicadas, (iv) Editorial y (v) Fonográfico. A partir de ese momento, se buscará fortalecer y fomentar la producción y consumo cultural en dichos sectores.

Sin embargo, uno de los pasos más importantes para el sector de las industrias culturales y creativas en el Ecuador se consolida

con el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), el cual plantea que para alcanzar “La Revolución Cultural, que genera nuevos conceptos y valores ciudadanos para constituir una sociedad crítica, emprendedora, creativa y solidaria, se vuelven fundamentales las industrias culturales y la democratización de la palabra”.

A través del Plan Nacional, cobra importancia la producción cultural y creativa como sector fundamental para apuntalar el cambio de la matriz productiva y realizar un aporte significativo a la economía nacional. En este sentido, en el año 2011, desde el Ministerio de Cultura y Patrimonio se realizó una primera aproximación a la construcción de una Cuenta Satélite de Bienes y Servicios Culturales.

Las mediciones realizadas por la Cuenta Satélite de bienes y servicios culturales, calculan que el peso estimado de las industrias culturales en el PIB en el año 2009 fue del 1,7% (Ministerio de Cultura, 2012). Consecuentemente, para el 2017 se busca incrementar en un 0,95% el peso relativo de las industrias culturales respecto al PIB. Nuestra cultura tiene una trayectoria ascendente: mayor atención de la política pública y mayor eficiencia en los procesos políticos para los sectores. La innovación, fomento y recursos a disposición de los actores culturales es el pilar fundamental de la política pública respecto a los emprendimientos y las industrias culturales.





“Adultos y adultas mayores, niños, niñas y jóvenes, desde distintos roles trabajaron en la construcción de listados de bienes muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, que conforman su patrimonio cultural.

## PARAGUAY

### Patrimonio Cultural

## Ciudadanía - Patrimonio cultural, un diálogo necesario.

### En el marco del proceso de descentralización de la gestión cultural.

El Plan Nacional de Cultura toma como marco conceptual el concepto guaraní de Tekopora, el cual hace referencia a una manera de ser y de estar, estar y sentirse bien y bello. Bajo este enfoque, el patrimonio cultural adquiere una mayor amplitud involucrando bienes muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, entre otros *que resulten relevantes para la cultura*. Sin embargo, se cuenta con escasa información oficial, confiable, estandarizada y accesible sobre patrimonio cultural. A fin de revertir esta situación se propone una gestión participativa con las comunidades involucradas.

*Por la Dirección de Planificación, SICPY (Sistema de Información Cultural de Paraguay), de la Secretaría Nacional de Cultura. Presidencia de la República del Paraguay*

En el marco del proceso de descentralización de la política cultural, establecido en el Plan Nacional de Cultura (2014–2018), la Secretaría Nacional de Cultura de Paraguay se encuentra en pleno proceso de acompañamiento y fortalecimiento de las Secretarías Departamentales de Cultura. En este proceso busca la articulación del Estado nacional, gobernaciones y municipios, con el fin de garantizar los derechos culturales de la ciudadanía.

El Plan Nacional de Cultura toma como marco conceptual el concepto guaraní de Tekopora, una manera de ser y de estar, el estar bien y sentirse bien, y estar y sentirse bello. El sentirse bien y bueno con uno mismo con los demás y con el entorno, con la Madretierra, a vivir en armonía con los demás y con el medio ambiente. Este concepto nos invita a pensar la cultura como *“bienes y haceres simbólicos, redes de sentido que las sociedades levantan para autocomprenderse y legitimarse, las formas por las cuales las comunidades se*

*reconocen y se diferencian, los acervos patrimoniales, las figuras y los discursos colectivos a través de los cuales el cuerpo social se imagina, recuerda y se proyecta.”*<sup>1</sup>

En este marco, el patrimonio cultural adquiere una nueva dimensión que involucra los bienes muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, entre otros que resulten relevantes para la cultura. No solo se toman en cuenta aquellos bienes producidos o generados en determinados periodos históricos, cuya valoración queda sujeta a categorías ajenas a las propias comunidades que los contienen, si no que se incorporan aquellos objetos muebles e inmuebles, sitios, y otros intangibles, que forman parte de las comunidades dándoles sentido de pertenencia y autoestima cultural.

Uno de los problemas detectados es la escasa información oficial, confiable, estandarizada y accesible a la ciudadanía en general sobre patrimonio cultural. Se hace necesario ampliar y fortalecer el

relevamiento a nivel nacional en el marco del proceso de registro y catalogación correspondiente y su difusión a través del Sistema de Información Cultural del Paraguay (SICPY).

Desde una gestión que involucra a las comunidades como ciudadanía responsable y gestora de sus propios procesos culturales, se ha iniciado un trabajo de relevamiento de bienes patrimoniales realizado por las propias comunidades de cada departamento.

En este primer momento el relevamiento consiste en un listado sencillo, de los muebles e inmuebles, sitios de memoria, territorios, obras arquitectónicas, expresiones de patrimonio inmaterial, o cualquier otro bien patrimonial que la comunidad reconozca como tal y resulte significativo y relevante para la ella.

El proceso, liderado por las Secretarías Departamentales de Cultura, cuenta con el acompañamiento de escuelas, colegios, universidades u otras instituciones, diferentes en cada caso y ha permitido generar otros procesos de participación ciudadana. También ha generado una especial expectativa por recuperar el imaginario colectivo constituido por historias y leyendas que hacen parte de la identidad local, sitios de memoria poco visibilizados por las generaciones más jóvenes, lugares históricos, que han sido agredidos o degradados y que esperan mejor protección mediante la legitimación documental de ellos.

Toda la información recopilada se encontrará disponible, como datos abiertos y reutilizables, en el Portal del SICPY, Sistema de Información Cultural del Paraguay, que se inscribe en la política nacional de Gobierno Abierto, permitiendo el acceso amplio a los datos recabados.

1.(Cuadernos de Cultura – N°1 – Anteproyecto de la Ley Nacional de Cultura – Fundamentación – Ticio Escobar, Junio 2012





PERÚ

## Indicadores Culturales

# Cultura, motor de desarrollo para el Perú

Sobre la base metodológica propuesta por UNESCO y mediante un largo proceso participativo que convocó a diversas instituciones y expertos, el Ministerio de Cultura peruano logró construir 22 indicadores que evidencian el rol fundamental que cumple la cultura en el desarrollo del Perú.<sup>1</sup>

*Por IUCD PERÚ – INFOARTES. Dirección de Artes. Ministerio de Cultura*

Durante el 2013 y el 2014 la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura identificó, recopiló y sistematizó información valiosa de una veintena de centros de investigación nacionales e internacionales, contó con la colaboración de universidades locales y convocó a Mesas Técnicas Intersectoriales con la finalidad de construir y validar 22 indicadores distribuidos en siete dimensiones temáticas propuestas por UNESCO: educación,

economía, patrimonio cultural, participación y cohesión social, equidad de género, comunicación y gobernanza.

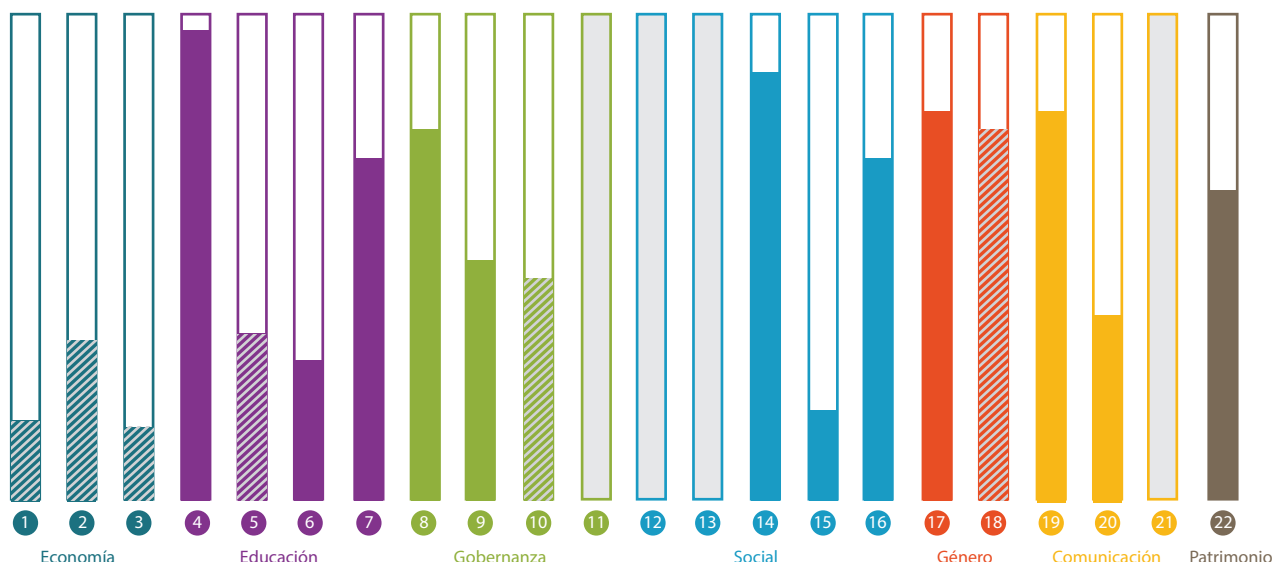
### Cultura, motor en marcha en la economía nacional

Conforme a los lineamientos metodológicos planteados por UNESCO, 1.58% es la contribución de las actividades culturales -privadas y formales- al PIB en el Perú. Si tomamos este dato y lo analizamos según actividad económica de acuerdo al cálculo del PIB elaborado por el INEI el 2007, podríamos interpretar que las actividades de la cultura

-privadas y formales- superarían la participación de otras actividades, como por ejemplo, a la industria de la madera y muebles (0.9% del PIB) y al sector de la pesca y acuicultura (0.7% del PIB). Es importante resaltar que este porcentaje no toma en cuenta a las actividades del gobierno, es decir, la contribución de espacios patrimoniales como Machu Picchu y otros que podrían hacer crecer considerablemente la cifra.

### La cultura aporta importantes oportunidades laborales al país

Este indicador evidencia el gran potencial de las actividades culturales como motor dinamizador o generador de empleo a nivel nacional. Bajo la metodología IUCD, el porcentaje de personas dedicadas a ocupaciones culturales en el Perú representa el 3.33% respecto al total de la población empleada. Solo como referencia, en la matriz de empleo por categoría de ocupación, según actividad económica (Nivel 54), elaborado por INEI para el año 2007, por ejemplo, se indica que el porcentaje de empleo equivalente



para la actividad de la Extracción de minerales y servicios conexos representa el 1.3% y para la actividad económica de los Servicios financieros, seguros y pensiones, representa el 0.5%; podríamos entonces interpretar que las oportunidades laborales que brinda la cultura podrían ser mejores si se la alienta y fortalece con políticas integrales.

#### El gasto de los hogares en agenda

El porcentaje de los gastos de consumo final de los hogares en actividades, bienes y servicios culturales, respecto a la totalidad de sus gastos de consumo alcanza 1.56%, ubicando a la cultura en el último lugar de las prioridades en el gasto de los hogares. Todo un reto para imaginar nuevos caminos hacia el fortalecimiento de la participación de la población.

#### Sostenibilidad de la enorme riqueza cultural del Perú

El indicador central de esta dimensión es la "sostenibilidad del patrimonio" y se basa en un índice que busca la construcción de una imagen global de los esfuerzos públicos que se despliegan buscando la protección y la promoción del patrimonio, con miras a asegurar y fomentar su contribución potencial al desarrollo sostenible. En Perú este índice alcanza el 0.62/1, lo que refleja esfuerzos desplegados, pero nos habla de la necesidad de una visión renovada que avance hacia una gestión integral y estratégica, vinculada a la noción de desarrollo nacional

#### Cultura como marco de cohesión, convivencia social y libertad de expresión

La cultura también constituye una gran oportunidad para desarrollar espacios de tolerancia, respeto y diálogo con una diversidad de manifestaciones, individuales y colectivas, sobre identidad, género, sexualidad, tradiciones, ciudadanía. El porcentaje de participación cultural (en

actividades fuera del hogar) a nivel nacional, en el nivel superior (49.9%), se podría interpretar como un impacto positivo del uso del espacio público y un incremento en la oferta de las actividades de recreación y esparcimiento privadas. Presentan mayor participación cultural las mujeres (19.5%) que los hombres (16.8%).

En el ámbito de las oportunidades para reconocernos en nuestra diversidad lingüística, nuestro país todavía tiene largo camino en la incorporación plena de la diversidad lingüística en el sistema educativo. En este indicador se observa que el idioma vehicular oficial, el castellano, alcanza un 66.7% de presencia en el sistema educativo, frente al 33.3% de la enseñanza del inglés y frente al 0.33% de los idiomas locales originarios que en Perú son 47. A pesar de poseer el estatus legal de lenguas "oficiales", las lenguas originarias mantenidas vivas aún en Perú por 4 millones de indígenas, permite explicar la importancia de la promoción de la diversidad en el Perú.

Aún hoy en día no existen las herramientas necesarias y suficientes para la comprensión general de las dinámicas y lógicas del sector, según sus particularidades y sus requerimientos específicos. Por ello, es cada vez más urgente una Encuesta Nacional de Cultura para el Perú.

## Especial MICSUR Uruguay en el MICSUR

La delegación uruguaya en el MICSUR, contó con la participación de más de 60 empresas e instituciones vinculadas a la música, las artes escénicas, el audiovisual, el diseño y el sector editorial. La experiencia en el evento tuvo una valoración positiva por los participantes, ya que fue de suma importancia para la creación de lazos y contactos entre pares de los diversos sectores.

*Por Departamento de Industrias Creativas (DICREA).  
Ministerio de Educación y Cultura.  
República Oriental del Uruguay*

Del 15 al 18 de mayo de 2014 tuvo lugar en Mar del Plata la primera edición del MICSUR donde se dieron cita compradores y vendedores de 10 países de América del Sur. El mercado tiene como objetivo mejorar la circulación de los bienes y servicios culturales por la región siendo una oportunidad de contacto entre oferentes y demandantes para estimular de esta forma la comercialización regional. A través de foros, conferencias, rondas de negocios, shows y presentaciones, la cultura de la región estuvo en circulación en Mar del Plata.

La Dirección Nacional de Cultura de Uruguay, a través del Departamento de Industrias Creativas realizó un llamado público cofinanciando la participación del sector cultural. A su vez se contó con el apoyo del Instituto de Promoción de Inversión y Exportaciones Uruguay XXI, y el Área Cultura del Ministerio de Relaciones Culturales.

1. Toda la información de los IUCD Perú en: <http://www.infoartes.pe/presentacioniucd>  
2. Las metodologías IUCD y del INEI son distintas, por eso toda comparación es mera referencia.  
3. Cf. INEI-UNICEF, *Estado de la niñez indígena en el Perú*, 2010, Lima: UNICEF.

La delegación uruguaya estuvo integrada por 80 personas pertenecientes a 60 empresas e instituciones. Participaron, entre otros, la Asociación de Autores del Uruguay (AGADU), la Cámara Uruguaya del Libro, el programa de venta de derechos de autor Books From Uruguay, la Asociación de Managers y Productores del Uruguay (PROM.UY), la Cámara de Diseño del Uruguay y el Instituto Nacional de Artes Escénicas.

De estas 60 empresas, 40% pertenecían al sector de la música, otro 25% al sector diseño, 20% a las artes escénicas, 10% al sector editorial y 5 % audiovisual. Una explicación para esta composición de la delegación es que en la región hay muy pocos mercados destinados a la música y el diseño, no pasando lo mismo para el sector editorial y audiovisual, donde existen ferias y festivales de una gran trayectoria. Las empresas consultadas evaluaron las Rondas de Negocios como muy positivas, aunque alguna empresa estimó falta de organización previa en cuanto a conocer a sus citas a través de la plataforma web. También se estimó que el número de compradores y vendedores por delegación por país no era el mismo. Estos dos puntos se tratarán de resolver en el próximo MICSUR.

En la delegación uruguaya se realizaron en total unas 335 rondas de negocios, con un promedio de 18 reuniones por empresa. La gran mayoría no cerraron negocios in situ, sino que se comenzaron a establecer los lazos necesarios como para concretarlos.

La evaluación de la actividad es muy positiva, siendo la primera vez que se realizaba una experiencia de este tipo en todo el continente el resultado sobrepasó las expectativas de los países organizadores y esto quedó claro en la reunión de balance de la actividad. En los distintos sectores específicos se lograron algunos acuerdos y voluntad de generar ciertos proyectos entre los países participantes. Por ejemplo en el sector audiovisual, establecer mecanismos de cooperación e intercambio de contenidos entre las televisiones públicas de cada país, en el sector música realizar un compilado de los artistas participantes del mercado y distribuirlo entre los medios de comunicación públicos y privados de cada país.

El trabajo para participar en MICSUR 2016 comenzará en Uruguay en el segundo semestre del 2015, realizando a comienzos del 2016 un llamado público a las empresas e instituciones interesadas para estar presentes en Bogotá 2016.

## Patrimonio Cultural Sitios Sagrados Naturales. Patrimonio cultural de pueblos indígenas

Desde el 2014 el Ministerio del Poder Popular para la Cultura de la República Bolivariana de Venezuela junto a organizaciones indígenas de diversos estados del país, y representantes de universidades, trabajan en conjunto en la demarcación de sitios sagrados naturales, con el fin de preservar el patrimonio cultural indígena.

*Por Dirección General de Fomento y Producción de Bienes y Servicios Culturales  
Ministerio del Poder Popular para la Cultura, de la República Bolivariana de Venezuela.*

El Ministerio del Poder Popular para la Cultura, junto a las organizaciones indígenas regionales: Coiam, Orpia, Horonami, Kuyunu, Oiyapam del estado Amazonas; Kuyujani del estado Bolívar; Asochaica del estado Monagas, y Chaima del estado Sucre; y representantes de la Universidad de los Andes y la Universidad Central de Venezuela, se citaron para dar inicios a una experiencia de demarcación de sitios sagrados, inspirada en la realización de cartografías culturales<sup>1</sup>. Los Sitios Sagrados se presentan como epicentro de todas las representaciones y reflexiones que acompañan la demanda histórica de los pueblos indígenas sobre el derecho al reconocimiento, por parte del Estado venezolano, de sus territorios y tierras ancestrales y tradicionales.





En las primeras convocatorias se solicitó la declaración de los sitios sagrados como patrimonio cultural. Para ello, se impuso la construcción de un concepto general sobre Sitios Sagrados, que incorpore la mirada de los pueblos indígenas. De esta manera se trabajó en una definición de Sitios Sagrados desde del consenso, con el fin de alcanzar una propuesta compartida que abarque la diversidad sobre lo sagrado y sus lugares. A continuación citamos parte de las conclusiones del taller realizado en la ciudad de Caracas:

*"En la relación entre la tierra y la lengua están los secretos de los lugares. Los lugares y seres sagrados son nombrados por los espíritus. Esos nombres no pueden ser pronunciados por todos, solo por el sabio, por el chamán, en el acto de nombrar, de cantar, hay conexiones que se tejen, por ejemplo, al fumar el tabaco y a través del humo y las cenizas. Cuando el relato del sabio es narrado, quienes escuchan no pueden ver lo que él ve, pero si imaginarlo. Él les transmite un conocimiento captado a través de sus sentidos. En todo esto, los seres creadores definen las normas de estos sitios, y esas normas las manejan los sabios, si los sabios se mueren ¿Qué pasará con estos sitios?"*

*Los sitios sagrados demarcan el territorio. A través del canto sagrado se recorre la geografía sagrada, así se eleva la voz de la naturaleza. También en los sueños se establecen conexiones con lugares y seres sagrados, que comunican cosas, advierten situaciones y eventos, pero no todos pueden comprender esta información".*

Como consecuencia de estos encuentros, los representantes de los pueblos Ye'kwana y Yabarana del estado Amazonas, y Chaima del estado Monagas, solicitan el inicio del proceso para la declaratoria de sus sitios sagrados como patrimonio cultural de estos pueblos.

1. Primera experiencia con fines educativos para la demarcación de las tierras indígenas.

## Institucionalidad cultural

### Presentación de *Una mirada desde el sur: Pueblos Indígenas. Políticas culturales y pueblos indígenas.*

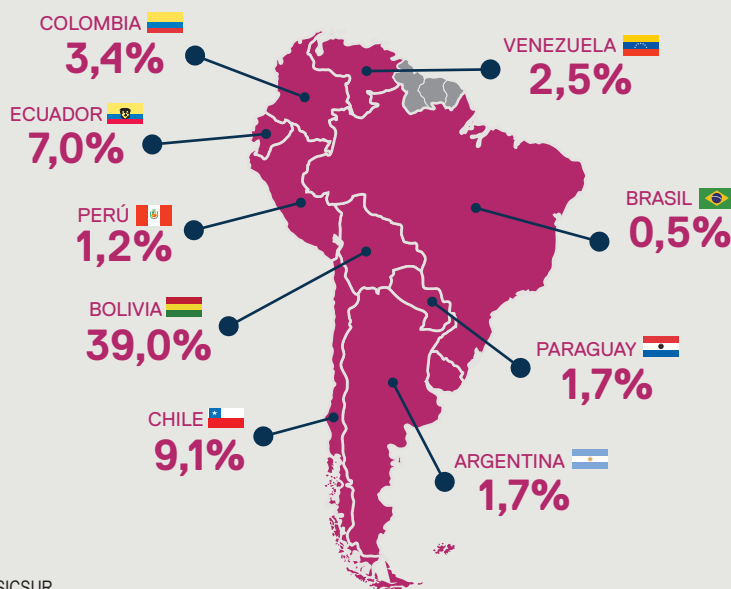
Con el objetivo de continuar construyendo conocimientos de la realidad institucional de la región, esta nueva publicación analiza y socializa información socio demográfica de las poblaciones indígenas de los países del SICSUR. Así también, presenta los programas, proyectos y políticas culturales públicas que giran alrededor de estas comunidades.

Con el objetivo de continuar con el desafío de construir un acervo de conocimientos sobre la institucionalidad y la gestión cultural de la región, el equipo SICSUR se propuso profundizar sobre las poblaciones indígenas y las políticas culturales que los involucran. Una mirada desde el sur: Políticas culturales y pueblos

indígenas es el resultado de dos años de trabajo articulado entre las instituciones de cultura de los diez países que integran el SICSUR.

La investigación recolectó, analizó y sistematizó información estadística de las poblaciones indígenas de cada país del SICSUR. Para ellos se recurrió a los censos

Gráfico 1. Porcentaje de población indígena con respecto a la población total en cada país



Fuente: SICSUR



*Una Mirada desde el Sur: Pueblos Indígenas* constituye una herramienta de gran valor, por la gran diversidad de propuestas relativas a políticas culturales y pueblos indígenas de la región que reúne.

nacionales y encuestas realizadas por cada país; focalizándose en las variables edad, sexo, distribución geográfica, porcentaje de población indígena con respecto al total de la población, entre otras.

Si bien en el análisis de la información se han identificados ciertas limitaciones metodológica como diferencias en los años de publicación de los censos, diversas metodologías de captura, y distintos parámetros de inclusión y caracterización poblacional, el estudio permitió construir un panorama de la realidad de los pueblos indígenas de la región.

Por ejemplo, en relación al porcentaje de población indígena sobre el total de la población de cada país, Bolivia es el país con mayor porcentaje de población indígena (39%), seguido por Chile con un 9,1%; mientras que el país con menor población es Brasil donde representa el 0,5%.

### Políticas culturales y pueblos indígenas

Como región, los países de América del Sur comparten el hecho histórico de la Conquista de América. El proceso de colonización iniciado por los países europeos, implicó no sólo la dominación política y económica, sino también (y por sobre todo) cultural.

En la actualidad nuestra historia en común representa también un desafío en común: reconocer nuestra diversidad. Esta publicación tiene como objetivo analizar las diversas realidades de los pueblos indígenas en diálogo con las políticas culturales llevadas adelante en cada país. Por esta razón, el desarrollo de los capítulos se ha realizado según el enfoque y prioridad que cada país considero pertinente.

En los trabajos realizados por los equipos de Bolivia y Ecuador, se presentan las transformaciones institucionales en el campo de la cultura a partir de la incorporación de lo indígena como transversales a la institucionalización cultural. Por su parte, el equipo de

Bolivia reflexiona acerca de las transformaciones a partir de la descolonización como eje estructurante de la organización institucional cultural. En esta línea, Ecuador analiza la incorporación Sumak Kawsay o Buen Vivir como concepto rector de las políticas públicas en general, y en particular de las políticas orientadas a la cultura.

Desde otra perspectiva, los equipos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Uruguay retoman la historia de la relación entre el Estado y los pueblos indígenas antes y después de la conformación de los Estados nacionales. Esta mirada histórica problematiza los diversos momentos de esta relación, para luego reflexionar sobre las políticas culturales actuales.

El equipo de Chile presenta el proceso previo de consulta a pueblos indígenas, en miras a la conformación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. En esta misma línea, Brasil reflexiona sobre las transformaciones iniciadas en 2003 con Lula Da Silva, y los procesos de consulta y participación de los pueblos indígenas en las políticas culturales.

Por su parte, Colombia analiza la situación lingüística de estos pueblos, y presenta los estímulos económicos en cultura dirigidos a pueblos indígenas. Y Argentina presenta la incorporación de los pueblos indígenas en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y el Programa Pueblos Indígenas del Ministerio de Cultura.

Por otro lado, Uruguay quedó exceptuado del análisis socio demográfico por no poseer información desagregada de poblaciones indígenas. Sin embargo, esta realidad es abordada a partir de la descripción de las visiones sobre las poblaciones indígenas que tuvo y tiene el Uruguay antes y después de la conquista, y las reivindicaciones y discusiones que se generan en el presente.

En el eje de la territorialidad, el equipo de Paraguay presenta las demandas por la propiedad de tierras ancestrales. Así también,

muestra las acciones realizadas desde la Secretaría Nacional de Cultura dirigidas a la salvaguarda de la diversidad. En particular, indaga en la situación lingüístico-cultural de los diversos pueblos indígenas, en donde se manifiesta fuertemente el acervo de la lengua guaraní.

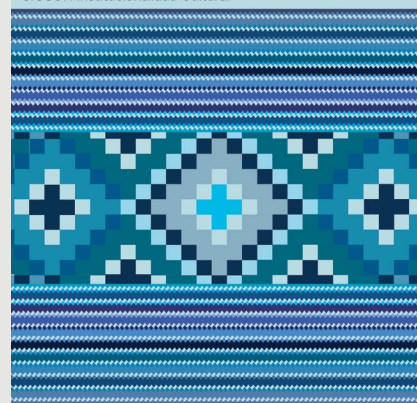
Dentro de esta temática, el equipo de Venezuela presenta el trabajo realizado entre el Ministerio de Educación y los representantes de los pueblos indígenas en la construcción de mapas culturales o cartografías vivas, las cuales recuperan la historia y geografía de los pueblos indígenas.

En síntesis, si bien los países miembros tuvieron la posibilidad de seleccionar y direccionar los contenidos bajo sus intereses y prioridades particulares, la recolección y agrupamiento de información cobra relevancia al momento de identificar múltiples aspectos cuantitativos y cualitativos de la vida social, ya que brinda un panorama sobre el estado histórico de los pueblos originarios en cada uno de ellos.

## UNA MIRADA DESDE EL SUR: PUEBLOS INDÍGENAS

Estudio sobre Políticas Culturales y Pueblos Indígenas

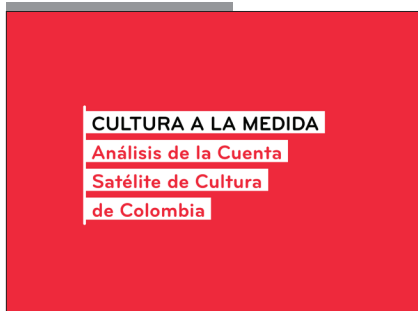
SICSUR Institucionalidad Cultural



SICSUR



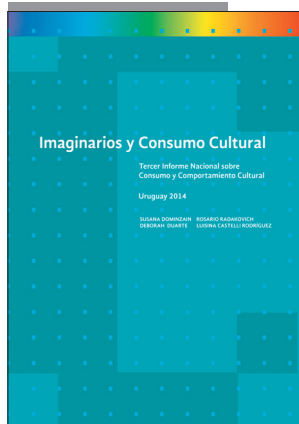
# Libros



## CULTURA A LA MEDIDA. ANÁLISIS DE LA CUENTA SATELITE DE CULTURA DE COLOMBIA

Análisis económico que recoge el trabajo de investigación realizado por el equipo de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, sobre seis segmentos del campo cultural: audiovisual, libros y publicaciones, artes escénicas y espectáculos artísticos, música fonogramada, educación cultural y juegos y juguetes. A su vez, incluye un apartado de análisis sobre la creación publicitaria, actividad que se ha incorporado en las mediciones por su aporte económico, y transmisión de contenidos simbólicos.

Disponible en <http://goo.gl/u1ywUA>



## IMAGINARIOS Y CONSUMO CULTURAL

Estudio del Observatorio Universitario de Políticas Culturales (Universidad de la República), en el marco del convenio suscripto con el Ministerio de Educación y Cultura, a través del Departamento de Industrias Creativas de la Dirección Nacional de Cultura. Esta publicación presenta los resultados arrojados de la tercera Encuesta de Imaginarios y Consumos Culturales de Uruguay, la cual muestra los cambios y/o continuidades en los gustos y preferencias de los uruguayos y uruguayas. Además, permite conocer que bienes y servicios culturales son consumidos y aquellos que no lo son, y sus causas.

Disponible en <http://goo.gl/r7GYhL>



## COYUNTURA CULTURAL

Boletín electrónico de periodicidad trimestral, que informa y actualiza sobre la evolución de variables económicas referidas al funcionamiento de las actividades culturales en Argentina. Las tres publicaciones se organizan en: Otoño, ofrece un panorama de los subsectores de la economía cultural (Libro, Cine, Música, Diarios, Internet, TV y otros); Invierno, presenta los datos macroeconómicos de la actividad cultural (PBI Cultural y comercio exterior); y Primavera, dedicado a los datos e indicadores sobre gasto e inversión pública del Estado en acciones e instituciones culturales a nivel nacional y provincial.

Disponible en <http://goo.gl/FC6r8X>



**Enclave Cultural**

## Equipo de Trabajo

**Argentina:** Julio Villarino, Juan Manuel Zanabria, Gerardo Sanchez, Laura Pérez, Daniela Yamashita Unzain  
Dirección de Sistema de Información de la Argentina (SiNCA), Dirección Nacional de Planificación y Articulación. Ministerio de Cultura de la Nación

**Bolivia:** Sigrid Álvarez, Wilma Cordero,  
Unidad de Relaciones Internacionales,  
Ministerio de Culturas y Turismo

**Brasil:** Renato Flit, Dirección de  
Emprendimientos, Gestión e Innovación  
(DEGI) Secretaria de Políticas Culturales.  
Anna Gabriella Ferreira da Silva (traducción),  
Dirección de Relaciones Internacionales,  
Ministerio de Cultura de Brasil

**Chile:** Dino Pancani Corvalan, Claudia Guzmán, Alejandra Aspillaga  
con colaboración de Pablo Rojas Durán, Departamento de Estudios,  
Departamento de Educación, Consejo  
Nacional de la Cultura y las Artes

**Colombia:** Francisco Ernesto Carrillo,  
Carrillo Castillo, Raúl Ernesto Casas Valencia,  
Eduardo Saravia Díaz, Mario Arturo Suarez  
Mendoza, Grupo Emprendimiento Cultural,  
Ministerio de Cultura

**Ecuador:** Iván Orosa, José Daniel Flores  
Jonathan Cárdenas, José Corral, Verónica  
Chamba, Secretaría de Emprendimientos  
Culturales, Ministerio de Cultura y  
Patrimonio

**Perú:** Julio Cesar Vega Guanilo, IUCD  
PERÚ - INFOARTES, Dirección de Artes,  
Ministerio de Cultura

**Paraguay:** Mercedes Lerea,  
Delhani Báez, Sistema de Información  
Cultural del Paraguay (SICPY) Dirección  
de Planificación, Secretaría Nacional de  
Cultura

**Uruguay:** Diego Traverso, Leonard  
Mattioli, Departamento de Industrias  
Creativas (DICREA), Ministerio de  
Educación y Cultura

**Venezuela:** Ana Ortiz Lovera  
Dirección General de Fomento y  
Producción de Bienes y Servicios  
Culturales, Gabriela Croes Esté  
Oficina de Enlace con las Comunidades  
Indígenas, Ministerio del Poder Popular  
para la Cultura

**Diseño gráfico:** Paula Laneri



