

Introducción

En la última década, la atención sobre las industrias culturales, creativas y aquellas protegidas por el derecho de autor ha venido en aumento por su creciente importancia en la generación de valor agregado y empleo. De hecho la economía de la cultura se ha convertido en una rama de la economía que viene ganando fuerza. En este contexto, medir el tamaño del sector cultural como porcentaje del PIB se constituye en una tarea importante para monitorear el comportamiento del sector. Pero la complejidad en el cálculo del PIB de la cultura y el rezago de su publicación implica la necesidad de emplear diferentes medidas no monetarias y monetarias que permitan entender la dinámica de las industrias culturales.

Uno de los problemas a considerar en la definición del concepto de industrias culturales para la medición de éstas, radica en el uso del concepto, que es indistinto del dado a las industrias creativas o las industrias protegidas por el derecho de autor, pese a los esfuerzos que varios autores han realizado por clarificar los límites entre una y otra de éstas industrias.

Para adoptar una definición y una metodología de medición en Cali es necesario entender la diferencia entre los términos **Industrias Culturales**, **Industrias Creativas** e **Industrias protegidas por el derecho de autor**. Estos dos términos 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 grupo de ellos. No obstante, estos dos términos engloban diferentes conceptos y abarcan un universo diferente de actividades.

La UNESCO define **las industrias culturales** como aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). 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.

Por otro lado, el DCMS del Reino Unido define **las industrias creativas** como 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.

En este orden de ideas, las industrias creativas engloban algunas actividades que no necesariamente se implican en la noción de industrias culturales (Ver figura 1).

Partiendo de la definición de la UNESCO de las industrias culturales, y reconociendo las diferencias conceptuales con el término industrias creativas, emplearemos indicadores monetarios y no monetarios que permitan dar una idea de cual es el ámbito en el que se desenvuelven las industrias culturales en un municipio y en especial en la ciudad de Santiago de Cali.

Figura 1. Industrias creativas e industrias Culturales



Fuente: Adaptación se la clasificación de industrias creativas del reporte “Creative Economy Report 2008”

La batería ideal de indicadores y su clasificación

El sector cultural y en específico las industrias culturales corresponden a esos aspectos de la actividad de una municipalidad para la cual normalmente no existe mucha información. Como se mencionó anteriormente, el objetivo de esta obra es crear una batería de indicadores que permita monitorear el comportamiento de las industrias culturales y de aspectos relacionados con éstas. En última el fin es poder “tomarle constantemente el pulso” a las industrias culturales.

El primer obstáculo que se enfrenta es la disponibilidad de información confiable y que sea publicada de manera continua. En nuestro caso, no quisimos restringirnos únicamente a la información disponible para la ciudad de Cali, y nos permitimos pensar en un juego de 95 indicadores que permitan entender las dinámicas de las IC en una municipalidad como Cali.

Por otro lado, la UNESCO ¹ sugiere entender la cultura y la actividad de las industrias culturales como parte de un ciclo: El ciclo cultural (ver figura 2). Éste ciclo está compuesto por:

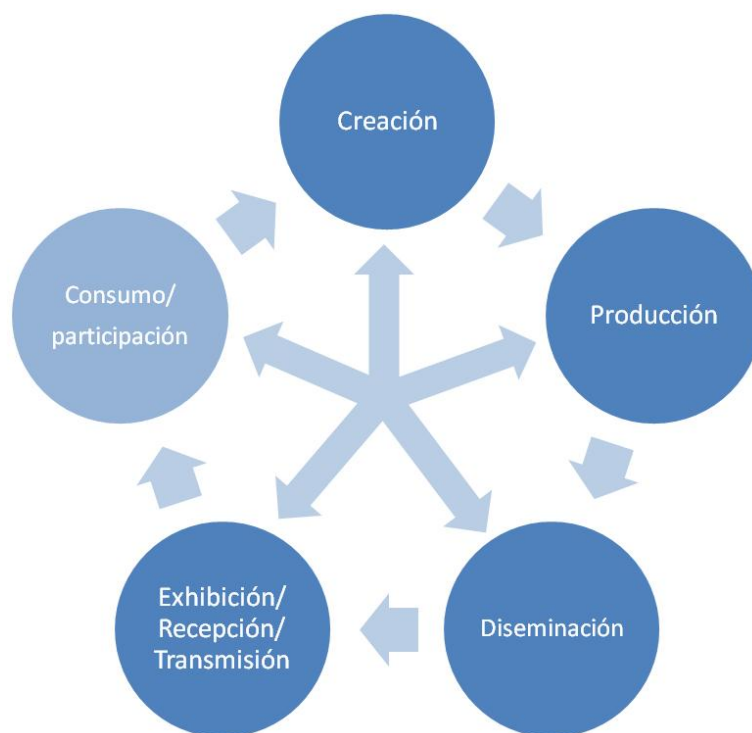
- Creación

¹Más específicamente en el “2009 UNESCO framework for cultural statistics”

- Producción
- Disseminación
- Exhibición, recepción o transmisión
- Consumo o participación

Para simplificar nuestro proceso de análisis y medición adaptaremos este ciclo cultural a dos nociones: los inputs y los outputs. Es decir las entradas (inputs) necesarias para producir y poder ofrecer a los consumidores o participantes los bienes y servicios culturales y lo que realmente se consume (o se participa) de dichos bienes y servicios.

Figura 2. Ciclo cultural



Fuente: Tomado de UNESCO (2009)

Así, en esta obra dividiremos nuestros indicadores en indicadores de:

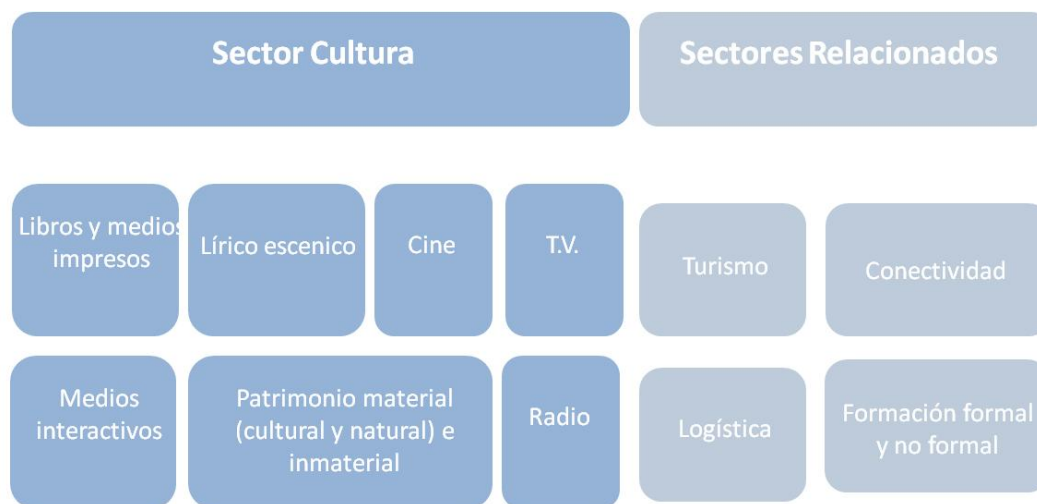
- **Input o de entrada:** Estos representan de manera directa o indirecta la oferta efectiva o potencial presente en un municipio determinado (corresponde a los círculos en azul oscuro de la figura 2).
- **Output o de salida:** Estos representan la demanda efectiva o potencial que se encuentra en un municipio determinado (corresponde al círculo azul claro de la figura 2).

Por otro lado, siguiendo las recomendaciones de UNESCO ² para la estructura de un sistema de estadísticas para la cultura, incluimos en nuestro panel de control de estadísticas aquellas que componen directamente el sector cultural y de sectores relacionados (Ver figura 3).

Finalmente para simplicidad y mantener un hilo temático, se decidió agrupar los diferentes indicadores de Input y de Output en las siguientes categorías:

²Más específicamente en el “2009 UNESCO framework for cultural statistics”

Figura 3. Organización de las estadísticas de esta obra por sectores














Fuente: Tomado de UNESCO (2009)

1. Libros y medios impresos
2. Artes Escénicas
3. Audiovisual: Cine
4. Audiovisual: Radio
5. Audiovisual: Televisión
6. Artes plásticas y visuales
7. Música
8. Medios Interactivos
9. Patrimonio Material e inmaterial
10. Otras actividades relacionadas: Turismo
11. Otras actividades relacionadas: Logística y publicidad
12. Otras actividades relacionadas: Conectividad
13. Otras actividades relacionadas: Formación
14. Generales









En lo que resta de esta obra se presentan 95 fichas de indicadores para una municipalidad. En todos los casos se presenta el tipo de indicador (de Input o de Output), una descripción del mismo, así como una aclaración de como no se debe leer. También se presentan indicadores derivados, la fuente de la información (sugerida o existente) y la periodicidad (sugerida o existente).

El paquete de indicadores culturales sugeridos para Cali y presentados en este libro, están resumidos en los cuadros a continuación:









Cuadro 1. Indicadores para el sector de libros y medios impresos

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número total de títulos de libros		
Porcentaje total de novedades de libros		
Porcentaje total de reediciones/reimpresiones de libros		
Número total de ediciones piratas de libros		
Número total de ejemplares de libros		
Tiraje promedio de libros		
Número de ejemplares vendidos al mercado nacional		
Número de ejemplares exportados		
Número de ejemplares importados		
Número de títulos de periódicos		
Total de lectores nacionales de diarios locales		

Cuadro 2. Indicadores para el sector de artes escénicas

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de espectáculos nuevos		
Número de espectáculos presentados		
Número de presentaciones (funciones)		
Número de espectadores de presentaciones de artes escénicas		
Número de teatros y teatrinos		
Número de salas concertadas		
Número de sillas		
Número de agrupaciones		









Cuadro 3. Indicadores para sector del cine

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número total de producciones de cine		
Número de exhibidores de cine		
Número de salas de cine		
Número total de sillas en las salas de cine		
Número de títulos exhibidos en las salas de cine		
Boletas de cine vendidas		
Valor recaudado en taquilla		
Número empresas de producción y distribución de filmes y videocintas		

Cuadro 4. Indicadores para sector de la radio

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de cadenas radiales		
Número de emisoras		








Cuadro 5. Indicadores para sector de la televisión

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de canales de televisión		
Número de horas programas de los canales		
Número de hogares con al menos un receptor de televisión		
Número de canales comunitarios		
Número de Operadores de televisión pro cable		
Número de Suscriptores de televisión cerrada		
Audiencia de televisión		
Pauta publicitaria de televisión		



Cuadro 6. Indicadores para el sector de artes plásticas y visuales

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de artesanos		
Número de pintores		
Número de fotógrafos		
Número de escultores		












Cuadro 7. Indicadores para sector de música

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de títulos depositados de música		
Ventas de música		
Número de videos musicales		
Número de descargas de Internet		
Número de estudios de grabación		
Número de productoras musicales		
Número de establecimientos especializados		

Cuadro 8. Indicadores para sector de los medios interactivos

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de empresas de animación		
Número de empresas de videojuegos		




Cuadro 9. Indicadores para sector de patrimonio material e inmaterial

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de museos		
Número total de objetos		
Número de visitantes de museos		
Número de bibliotecas		
Número de usuarios de bibliotecas		
Número de títulos		
Préstamo de ejemplares en el año		
Número de salas de exposición y galerías de arte		
Número de videotecas		
Número de festivales		
Número de recintos de exhibición de especies de flora y fauna		






Cuadro 10. Indicadores para actividades relacionadas: Turismo

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número total de hoteles		
Número de hostales		
Número de apartahoteles		
Número total de huéspedes		
Número turistas		











Cuadro 11. Indicadores para actividades relacionadas: Logística y publicidad

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de empresas de luces - sonido- tarima-sillas		
Número de empresas de logística		
Número de agencias de publicidad		





Cuadro 12. Indicadores para actividades relacionadas: Conectividad

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de operadores de internet		
Número de suscriptores de internet		
Conectividad a internet en centros colectivos		
Hogares con computador		
Porcentaje de usuarios de internet mayores a 5 años		

Cuadro 13. Indicadores para actividades relacionadas: Formación

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Número de instituciones formativas en áreas artísticas y culturales		
Número de instituciones formativas de medios interactivos		
Número de instituciones formativas en artes escénicas		
Número de instituciones formativas de música		
Número de instituciones formativas de cine, radio y televisión		
Número de instituciones formativas en artes plásticas y visuales		
Número de instituciones formativas en hotelería y turismo		
Número de instituciones formativas en publicidad		
Inversión del situado fiscal en capacitación y formación en áreas artísticas		
Número de gestores y promotores culturales afiliados a la secretaría.		

Cuadro 14. Indicadores generales

Nombre	TIPO	
	INPUT	OUTPUT
Valor asignado de participaciones territoriales al sector cultura del área de interes		
Porcentaje de participación del sector cultural en el PIB de las áreas de interes		
Recaudos IVA del sector		
Valor recaudo estampilla procultura		
Índice de concentración de la producción de Herfindahl-Hirschman (HHI)		