

Statistical Commission
Forty-first session
23 - 26 February 2010
Item 4(e) of the provisional agenda
Items for information: Culture statistics

Background document
Available in English, French and Spanish

The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)

Prepared by the Institute for Statistics of the United Nations Educational,
Scientific and Cultural Organization (UIS)



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

INSTITUTO
de
ESTADÍSTICA
de la UNESCO



MARCO DE ESTADÍSTICAS CULTURALES DE LA UNESCO 2009

MARCO DE ESTADÍSTICAS CULTURALES (MEC) DE LA UNESCO 2009

UNESCO

La Constitución de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), aprobada por 20 países durante la Conferencia de Londres en noviembre de 1945, entró en vigor el 4 de noviembre de 1946. La Organización cuenta actualmente por 193 Estados Miembros y 7 Miembros Asociados.

El principal objetivo de la UNESCO es contribuir a la paz y la seguridad en el mundo promoviendo, mediante la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, la colaboración entre las naciones, a fin de asegurar el respeto universal de la justicia, el estado de derecho, los derechos humanos y las libertades fundamentales que la Carta de las Naciones Unidas reconoce a todos los pueblos del mundo sin distinción de raza, sexo, idioma o religión.

Para cumplir este mandato, la UNESCO desempeña cinco funciones principales: 1) estudios prospectivos sobre la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación para el mundo del mañana; 2) el fomento, la transferencia y el intercambio del conocimiento mediante actividades de investigación, formación y educativas; 3) acciones normativas, para la preparación y aprobación de instrumentos internos y recomendaciones estatutarias; 4) conocimientos especializados que se transmiten a los Estados Miembros mediante cooperación técnica para que elaboren sus políticas y proyectos de desarrollo; y 5) el intercambio de información especializada.

La Sede de la UNESCO se encuentra en París, Francia.

Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS)

El Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS) es la oficina de estadística de la UNESCO y es el depositario de la ONU en materia de estadísticas mundiales en los campos de la educación, la ciencia y la tecnología la cultura y la comunicación.

El UIS fue fundado en 1999. Se creó con el fin de mejorar el programa de estadística de la UNESCO, así como para desarrollar y suministrar estadísticas exactas, oportunas y políticamente relevantes, requeridas en un contexto actual cada vez más complejo y rápidamente cambiante.

La Sede del UIS se encuentra en Montreal, Canadá.

Publicado en 2009 por

Instituto de Estadística de la UNESCO
P.O. Box 6128
Succursale Centre-Ville
Montreal, Quebec H3C 3J7
Canadá

Tel: (1 514) 343-6880
Fax: (1 514) 343-5740
Email: publications@uis.unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN: 978-92-9189-083-5
Ref: UIS/TD/09-10

©UNESCO-UIS 2009

Prólogo

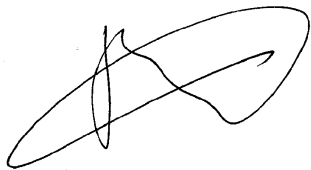
La versión 2009 del *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC)* representa un esfuerzo de cooperación emprendido conjuntamente por el Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS) y el Sector de Cultura de la UNESCO. Esta versión revisada de la metodología de estadísticas culturales de la UNESCO, basada en la versión 1986 del Marco de Estadísticas Culturales, incorpora una serie de conceptos que han emergido en el campo de la cultura desde entonces, entre los que se incluyen las nuevas tecnologías – que han transformado radicalmente la cultura y las formas de acceder a ella – el patrimonio inmaterial y las prácticas y políticas culturales en continua evolución.

En todas las sociedades del mundo la cultura juega un papel fundamental influyendo significativamente en las vidas de las personas y en sus actividades, sean éstas de carácter recreativo o profesional. En años recientes, el papel de la cultura en el desarrollo ha emergido como un importante tema de política. Sin embargo, el desafío que implica preservar y respetar las particularidades de cada cultura y las cualidades propias de otras culturas, se debe abordar desde una perspectiva global.

Si el objetivo perseguido es formular políticas basadas en evidencia y medir y evaluar sus posibles impactos, se debe contar con información fiable. Reconociendo este hecho, la UNESCO ha considerado la necesidad de actualizar el Marco de Estadísticas Culturales de 1986 por estar éste basado en un concepto formal y estático de la cultura que no refleja el actual enfoque inclusivo ni las prioridades de los países en desarrollo. Adicionalmente, el nuevo marco proporciona una metodología y una base conceptual que permiten la producción y difusión de estadísticas culturales internacionalmente comparables.

La presente versión revisada es el fruto de una consulta integral a nivel mundial de cuatro años de duración. Una gran cantidad de expertos, académicos, estadísticos, Estados Miembros de la UNESCO y organizaciones internacionales, han contribuido de manera importante a su desarrollo. Los diferentes actores, a través del aporte de nuevas y diversas perspectivas sobre la cultura y las estadísticas culturales, han sido una valiosa ayuda a la creación de esta metodología. Concebido como una metodología de aplicación tanto a nivel nacional como internacional, el objetivo primordial del MEC 2009 es facilitar las comparaciones internacionales basadas en una concepción común de la cultura, la utilización de definiciones estandarizadas y clasificaciones económicas y sociales de carácter internacional.

A través de este proyecto, la UNESCO espera incentivar la inversión en estadísticas culturales. Los Estados Miembros, así como las agencias internacionales y las organizaciones no gubernamentales, requieren tener acceso a datos y estadísticas que hagan posible medir en forma más acotada el impacto y la relevancia de las políticas y programas culturales. Confiamos que el Marco de Estadísticas Culturales 2009 hará una importante contribución a una mejor medición del impacto económico y social de la cultura.



Hendrik van der Pol
Director, Instituto de Estadística de la UNESCO



Françoise Rivière
Subdirectora General de la UNESCO para la Cultura

Agradecimientos

La versión 2009 del *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC)* fue preparada por José Pessoa y Lydia Deloumeaux del Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS) bajo la dirección general de Simon Ellis. Se basó en un informe preliminar elaborado por el equipo asesor integrado por Richard Naylor y Paul Owens (BOP Consulting), Andy Pratt (*London School of Economics*) y Calvin Taylor (*University of Leeds*) por encargo del UIS.

El texto del presente Marco fue el resultado de consultas con numerosos académicos, especialistas y estadísticos especializados en políticas y estadísticas culturales. Adicionalmente, se contó con la colaboración de representantes de numerosos ministerios de cultura, oficinas nacionales de estadística y agencias internacionales asociadas. El UIS desea agradecer a todas las personas que contribuyeron a su desarrollo y los valiosos aportes de nuestros colegas del Sector de Cultura de la UNESCO.

Vaya nuestro especial agradecimiento por su asesoría y orientación a los siguientes integrantes del Grupo de Trabajo: Alfonso Castellanos-Ribot (Presidente), Guiomar Alonso Cano, Marta Beck-Domzalska, Helen Beilby-Orrin, Vladimir Bina, Ibtissam El Jouni, Maté Kovacs, Vijay Madan, Glenn Masokoane, Liliana Ortiz-Ospino, J.P. Singh y David Throsby.

Siglas

ANZSCO	Clasificación Normalizada de Ocupaciones Australianas y Neozelandesas - <i>Australian and New Zealand Standard Classification of Occupations</i>
ANZSIC	Clasificación Normalizada de Industrias Australianas y Neozelandesas - <i>Australian and New Zealand Standard Industrial Classification</i>
BIMSTEC	Iniciativa Multisectorial para la Cooperación Técnica y Económica de la Bahía de Bengala - <i>Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation</i>
BOP	Balanza de Pagos – <i>Balance of Payments</i>
CIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas
CINE	Clasificación Internacional Normalizada de Educación
CIUO	Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones
CFG	Clasificación de las funciones del gobierno
CCIF	Clasificación del consumo individual por finalidades
CFISFL	Clasificación de las finalidades de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares
CPA	Clasificación de Productos por Actividad, Unión Europea
CPC	Clasificación Central de Productos
SC	Servicios Colectivos
CST	Cuenta Satélite del Turismo
CUCI 4	Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional, 4ª Revisión
DCMS	Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del Reino Unido (DCMS) - <i>Department of Culture, Media and Sport, United Kingdom</i>
EBOPS	Clasificación Extendida de Servicios de la Balanza de Pagos - <i>Extended Balance of Payments Services Classification</i>
ICATUS	Clasificación Internacional de Actividades para Estadísticas sobre el Uso del Tiempo de las Naciones Unidas - <i>UN Trial – International Classification of Activities for Time-Use Statistics</i>
IIFB	Foro Internacional Indígena sobre Biodiversidad - <i>International Indigenous Forum on Biodiversity</i>
SI	Servicio Particular
LEG	Grupo Director sobre Estadísticas Culturales de la Unión Europea - <i>European Union Leadership Expert Group on Cultural Statistics</i>
MEC	Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO
CNAE	Clasificación Estadística de las Actividades Económicas de la Comunidad Europea
SCIAN	Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte
SICPAN	Sistema de Clasificación de Productos de América del Norte - <i>North American Product Classification System</i> .
NEPAD	Nueva Alianza para el Desarrollo de África - <i>New Partnership for Africa's Development</i>
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONE	Oficina Nacional de Estadística
PCI	Patrimonio Cultural Inmaterial
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
SIC	Clasificación Industrial Normalizada
SCN	Sistema de Cuentas Nacionales
UIS	Instituto de Estadística de la UNESCO – <i>UNESCO Institute for Statistics</i>
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - <i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
UNFPII	ONU Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas - <i>UN Permanent Forum on Indigenous Issues</i>
UNSD	División de Estadística de las Naciones Unidas - <i>United Nations Statistics Division</i>
n.e.p.	No especificado en otra parte
n.c.p.	No clasificado en otra parte
n.p.d.	No plenamente definido

Contenidos

	Página
Prólogo	iii
Agradecimientos	iv
Siglas	v
Resumen ejecutivo	9
1. Introducción	11
1.1 Justificación	11
1.2 Revisión del marco dentro del contexto de las políticas públicas	13
1.3 Propósito y objetivos clave de la revisión del marco	16
2. El marco de estadísticas culturales: Conceptos y estructuras	17
2.1 Revisión del marco: Un nuevo enfoque	17
2.2 Definición de la cultura con propósitos estadísticos	18
2.3 El ciclo cultural	19
2.4 Extensión del sector cultural	22
2.5 Definición de 'dominios culturales'	22
3. Estadísticas culturales: Medición de la dimensión económica	33
3.1 Uso de clasificaciones internacionales en la medición de la dimensión económica de la cultura	33
3.2 Identificación de productos y actividades culturales productivas: Utilización de la Clasificación Central de Productos (CPC) y la Clasificación Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU)	35
3.3 Comercio cultural internacional: uso del Sistema Armonizado (SA) y EBOPS	37
3.4 Empleo cultural: uso de la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIOU)	39
3.5 Medición del patrimonio	42
4. Estadísticas culturales: Medición de la dimensión social	44
4.1 Medición de la participación cultural	44
4.2 Medición del patrimonio cultural inmaterial (PCI)	46
5. Acopio de datos: Cuadros de códigos internacionales de clasificación	51
Cuadro 2. Bienes, servicios y actividades culturales productivas definidas con arreglo los códigos CPC 2 y CIIU 4	52
Cuadro 3. Comercio internacional de bienes y servicios culturales definido con arreglo a los códigos del Sistema Armonizado (SA) 2007	65
Cuadro 4. Ocupaciones culturales definidas con arreglo a los códigos CIUO 08	74
Cuadro 5. Encuestas sobre uso del tiempo con arreglo a los códigos ICATUS	78
6. Comentarios finales	82
6.1 Desafíos planteados por el acopio de datos culturales	82
6.2 Vinculación con las mediciones directas	84
Glosario	86
Referencias bibliográficas	92

Resumen ejecutivo

Propósito del Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC)

El Marco de Estadísticas Culturales (MEC) es una herramienta diseñada con el objetivo de organizar estadísticas culturales a nivel nacional e internacional. El presente Marco se inspira en una concepción y comprensión común de la cultura que permite medir un amplio espectro de expresiones culturales independientemente de su modalidad económica o social de producción. Asimismo, se anticipa que el uso de definiciones estandarizadas hará factible la producción de datos internacionalmente comparables.

El Marco es el resultado de un extenso proceso de consulta realizado a nivel mundial. La versión original del Marco (UNESCO, 1986) se ha enriquecido a través de la incorporación del debate creativo y cultural que toma en consideración el efecto de la globalización en la producción y difusión de productos culturales, así como las prácticas actuales y los temas relacionados con la propiedad intelectual.

La mayor disponibilidad de estadísticas económicas y el acceso a diversos sistemas internacionales de clasificación actualmente en uso, han hecho posible una mejor medición de la dimensión económica de la cultura en el presente Marco. Sin embargo, la dimensión social de la cultura, incluyendo la participación en la cultura y el patrimonio cultural inmaterial, deben considerarse igualmente importantes. Si bien en este Marco se han propuesto elementos preliminares para su medición, claramente aún queda mucho por hacer en este campo.

El MEC representa un instrumento de clasificación que incorpora el uso de sistemas internacionales de clasificación vigentes, tales como: la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de actividades económicas culturales; la Clasificación Central de Productos (CPC) para bienes y servicios culturales; la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) de empleos culturales; el Sistema Armonizado para la Descripción y Codificación (SA) de flujos internacionales de bienes culturales; y la Clasificación Internacional de Actividades para Estadísticas de Uso del Tiempo de las Naciones Unidas (ICATUS) en participación cultural. El resultado es una herramienta y una metodología diseñada para ser aplicada a nivel nacional e internacional como base para el acopio y la difusión de estadísticas culturales. Su objetivo es cubrir el espectro más amplio posible de actividades relacionadas con la producción, distribución y uso de la cultura.

La definición de cultura

La UNESCO define la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (UNESCO, 2001). Si bien no siempre es posible medir estas creencias y valores en forma directa, sí lo es medir las prácticas y comportamientos asociados con ellos. En este sentido, el *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO* define la cultura a través de la identificación y medición de los comportamientos y las prácticas producto de las creencias y valores de una sociedad o grupo social.

Los *Dominios Culturales* definidos en el MEC representan un conjunto común de actividades económicas (producción de bienes y servicios) y sociales (participación en ‘eventos culturales’) que tradicionalmente se han considerado de naturaleza “cultural”. Por su parte, los *Dominios Relacionados* abarcan otras actividades económicas y sociales consideradas “parcialmente culturales” o más frecuentemente asociadas con actividades “recreacionales o de tiempo libre”, en lugar de aquellas “estrictamente culturales”.

Si bien, como punto de partida, la mayoría de los estándares utilizados en la elaboración de estas definiciones son de naturaleza económica, la interpretación del dominio a que dan origen no se ve limitada exclusivamente a la dimensión económica de la cultura extendiéndose a todos los aspectos de dicho dominio. De esta forma, en la definición para la medición de ‘presentación’ se incluye todo tipo de presentaciones , ya sean de carácter profesional o aficionado, se realicen en una sala de conciertos, en un espacio abierto o en una aldea rural.

Adicionalmente, el marco destaca tres dominios “transversales” de la actividad cultural que deben ser medidos en toda la gama de dominios sectoriales. Los dominios de *Educación y Capacitación*, *Archivística y Preservación* y *Patrimonio Cultural Inmaterial* se clasifican como dominios culturales transversales. La inclusión de cada una de estas dimensiones en el Marco es fundamental para medir las expresiones culturales en toda su amplitud.

La medición de la cultura: Un enfoque pragmático

La capacidad de un país para recopilar y difundir estadísticas culturales puede variar significativamente según sus prioridades políticas, conocimientos estadísticos y la disponibilidad de recursos humanos y financieros. El presente Marco ha sido explícitamente diseñado con base en criterios de flexibilidad y adaptabilidad a nivel nacional.

Asimismo, el marco se ha basado en el modelo ‘*Ciclo Cultural*’ que ayuda a entender la relación que existe entre los distintos procesos culturales. El ciclo ilustra la totalidad de las prácticas, actividades y recursos necesarios para transformar las ideas en bienes y servicios culturales para que, a su vez, puedan ser transferidos a consumidores, participantes o usuarios.

Con el fin de optimizar la comparabilidad de los datos y el potencial de las encuestas existentes para medir la cultura, en este Marco se han incluido todos los estándares y sistemas internacionales relevantes de clasificación de estadísticas. Estos sistemas de clasificación constituyen marcos integrales que los países pueden utilizar para acopiar y difundir estadísticas culturales. Adicionalmente, sirven como guías para medir actividades, bienes y servicios culturales mediante el uso de estadísticas económicas normalizadas y encuestas de hogares, tales como las encuestas de la fuerza laboral y los censos. Asimismo, permite a los países que no disponen de un marco cultural utilizar el MEC como estructura básica. Los países que cuenten con una mayor capacidad estadística podrán acopiar datos más elaborados utilizando instrumentos estadísticos más refinados que reflejen sus prioridades de política en el ámbito de la cultura.

El presente Marco no define ni propone indicadores específicos. Por consiguiente, en un futuro cercano, será importante desarrollar un marco de indicadores culturales y otros indicadores relevantes tanto a nivel nacional como internacional.

1. Introducción

Este marco reemplaza al *Marco de Estadísticas Culturales* (MEC) publicado por la UNESCO en 1986 (UNESCO, 1986). Desde el desarrollo del primer MEC de la UNESCO, han surgido muy diversos enfoques para definir y medir la cultura, al mismo tiempo que los cambios sociales y tecnológicos han transformado el lugar que le corresponde a la cultura dentro del concierto mundial.

La elaboración de un marco internacional de estadísticas culturales persigue maximizar la comparabilidad internacional cuando esto sea relevante y factible. A nivel nacional, también se observa una demanda de datos que hagan posible establecer políticas basadas en evidencias para informar a un país sobre su situación en comparación con la de otros países de la región o del mundo.

El Marco ofrece una base conceptual que permite evaluar las contribuciones económicas y sociales atribuibles a la cultura. Esencialmente, constituye una herramienta que ayuda a los Estados Miembros a organizar el acopio y la difusión de sus estadísticas culturales. De este modo, facilita la producción de datos nacionales e internacionales sobre estadísticas culturales que posteriormente podrán ser utilizadas por la UNESCO, diversas organizaciones internacionales y la comunidad mundial de usuarios de datos.

Este nuevo Marco, además de ser flexible y no obligatorio, persigue promover la comparabilidad. El propósito del MEC es ayudar a los países a crear sus propios marcos culturales mediante la selección de los principales dominios que formarán parte de sus estadísticas culturales. Adicionalmente, cada país, al adoptar las definiciones relevantes que el MEC proporciona por dominio, permitirá la comparación internacional de los datos generados a nivel nacional.

1.1 Justificación

Desde 1986 se ha evidenciado un cambio en la percepción del papel que juega la cultura en el ámbito económico y social. La importancia del vínculo entre la cultura y el desarrollo ha sido objeto de creciente reconocimiento por parte de especialistas y agencias de asistencia. La cultura se percibe cada vez más tanto como un medio para el desarrollo, es decir, como medio cuyo fin es promover y sostener el progreso económico, y como un efecto del desarrollo, es decir, como forma de dar significado a nuestra existencia. La cultura puede generar ingresos a través del turismo y la producción artesanal contribuyendo de esta forma al desarrollo sostenible de una región o país. El hecho que la cultura ejerce una importante influencia en el comportamiento de las personas, en su contribución al proceso de desarrollo económico y social y a su bienestar, hoy es ampliamente reconocido (UNESCO, 1995).

El impacto potencial de la cultura en el desarrollo económico y social de los países se puede resumir en las siguientes afirmaciones:

- Los activos culturales de una comunidad son adecuados para apoyar el desarrollo local sostenible a través de su impacto económico como industrias culturales y su contribución a la revitalización social y cultural.

- La cultura ofrece a las mujeres y a los jóvenes la oportunidad de participar en actividades productivas contribuyendo de esta forma a la igualdad entre los géneros, la autoestima y la conciencia social. Las políticas sensibles a las culturas pueden ayudar a preservar las prácticas tradicionales y a abordar las necesidades de los grupos sociales desfavorecidos, tales como las mujeres y los pueblos originarios. Las mujeres son dueñas del conocimiento, guardianes de las particularidades culturales y transmisoras de los valores culturales (UNESCO, 1995).
- Muchas industrias culturales están integradas esencialmente por pequeñas empresas o emprendimientos familiares capaces de promover el desarrollo local.

Algunas de las razones que explican la importancia creciente de la cultura reflejan tendencias subyacentes de largo plazo mientras que otras son más recientes y coyunturales. En muchas regiones del mundo el aumento de la riqueza y de los ingresos disponibles ha llevado a un aumento del gasto discrecional en materia de actividades y productos culturales. Esto significa que la cultura se ha convertido en una parte esencial del ciclo de reproducción económica, en lugar de representar un lujo o un producto preferencial que se adquiere bajo condiciones de superávit. El consumo cultural se ha expandido, como también lo ha hecho el espectro de productos disponibles y en la actualidad un 'producto' se plantea como mediador de la mayoría de las experiencias culturales.

Estas tendencias de largo plazo han sido intensificadas por dos fenómenos recientes e interrelacionados:

- Las industrias culturales, originalmente consideradas separadamente debido a la existencia de sistemas análogos de producción (filmes, televisión, fotografía e impresión), hoy se presentan en formato digital y, en muchos casos, ya no es posible establecer una distinción. La tecnología digital ha cambiado drásticamente las modalidades de producción y difusión de las producciones culturales. Lo anterior es especialmente cierto en el caso de Internet, medio utilizado en forma creciente en la difusión de estos diversos productos culturales y, en ocasiones a través del mismo medio.
- La globalización ha llevado a la internacionalización de los flujos de bienes y servicios así como al intercambio global de ideas, personas y capitales. El multiculturalismo y la inter-culturalidad han dado origen a nuevos productos, nuevas prácticas y múltiples identidades.

En contraste a la era predigital, las nuevas tecnologías permiten la rápida explotación comercial de producciones culturales 'originales', como podría ser una composición musical. Esta transformación ha llevado a un cambio en el equilibrio del poder económico entre las actividades culturales que son reproducibles en forma digital – y potencialmente comercializables – y aquellas que no lo son, tradicionalmente más difíciles de comercializar (Barrowclough y Kozul-Wright, 2006).

En algunos países desarrollados el sector cultural ha adquirido mayor importancia económica (al menos en términos de empleo) que muchas otras industrias de larga tradición (por ej., la minería, la fabricación de automóviles, etc.) y ha contribuido en forma significativa a los ingresos de exportación. Mientras que, en términos de empleo, el impacto económico del sector cultural en los países en desarrollo es bastante menos evidente, los ingresos por exportaciones pueden alcanzar montos significativos. En consecuencia, el papel que juega la cultura en el desarrollo se ha replanteando y actualmente se propone como una influencia positiva en el crecimiento del mundo en desarrollo (Barrowclough y Kozul-Wright, 2006).

Los marcos de política cultural existentes se basan en preferencias, recursos y el equilibrio de poder característicos de la era predigital. Por lo tanto, las nuevas modalidades de producción cultural representan un serio desafío a dichos marcos – particularmente en áreas como la conservación del patrimonio, la propiedad intelectual y la diversidad – y los hacen menos efectivos en el cumplimiento de sus objetivos. Por ejemplo, mientras algunas formas de expresión musical pueden fortalecer su posición comercial, otras formas culturales que no se ven beneficiadas por la reproducción y distribución digital pueden, en efecto, requerir mayores inversiones públicas a objeto de mantener el *statu quo* cultural. Al mismo tiempo, estos cambios podrían redundar en una reevaluación del *statu quo*.

Asimismo, las nuevas formas de producción cultural han dado paso a un nuevo escenario de acciones de política cultural centradas en un subgrupo específico de actividades, el de las industrias culturales también conocidas como ‘industrias creativas’. La noción de industrias culturales suele utilizarse para representar la dimensión comercial del sector cultural. Sin embargo, este Marco promueve un enfoque más integral adoptando la noción de que existe una intensa y dinámica interdependencia entre todas las actividades del sector cultural, ya sean de carácter público o privado. Por ejemplo, las personas pueden transitar entre trabajos semanales financiados con fondos públicos y privados – o, por cierto, remunerados y no remunerados – dificultando su ubicación en el dominio público o privado. Si se privilegia la práctica, se espera que el marco capte la fluidez de estas fronteras y valore aquellos elementos de ambos dominios que se refuerzan mutuamente.

Estas transformaciones en la creación, producción, distribución y consumo de la cultura, significan que el sector cultural ha experimentado un sustancial crecimiento en términos relativos y absolutos, con frecuencia superando áreas más tradicionales de la economía. Dado el rápido ritmo de cambio y el carácter novedoso e innovador de la producción cultural, es imprescindible contar con más y mejores datos que permitan visualizar la extensión y profundidad de dichos cambios. Como se destaca a continuación, el crecimiento del sector cultural no ha sido uniforme, hecho que ha dado origen a una serie de tensiones entre las actividades comerciales y no comerciales, tradicionales y modernas, internacionales e indígenas.

1.2 Revisión del marco dentro del contexto de las políticas públicas

Desde la versión anterior del MEC (UNESCO, 1986), la cultura ha cobrado mayor relevancia en materia de políticas públicas, hecho que puede ser explicado por los siguientes acontecimientos:

- El crecimiento mundial del comercio internacional en materia de productos culturales. Esto incide de manera importante en los derechos de propiedad intelectual en su sentido estricto (creación, propiedad y explotación) y en la cuestión más amplia de la identidad cultural y la propiedad (por ej., el patrimonio inmaterial).
- El crecimiento y concentración del poder del mercado en manos de unos pocos conglomerados multinacionales activos en todas las industrias culturales. En muchos mercados, la organización de la producción cultural privilegia el oligopolio; en consecuencia, los primeros en tomar la iniciativa – que se concentran casi exclusivamente en el mundo desarrollado – poseen una enorme ventaja. Por otra parte, Internet promueve el desarrollo de mercados y canales de distribución paralelos a estos conglomerados si bien también fomenta la piratería.

- Las instituciones legales y políticas responsables de la regulación y promoción cultural se desarrollaron mucho antes que las industrias culturales alcanzaran este nivel de crecimiento y no están preparadas para enfrentar los actuales desafíos. Para la formulación de respuestas políticas apropiadas, una condición fundamental es contar con una sólida base de evidencia. Los documentos que elaboran mapas para analizar el sector cultural basados en fuentes estadísticas, representan una parte vital de este proceso.
- Las políticas culturales concebidas como políticas de las ‘industrias culturales’ que permiten el desarrollo de una perspectiva sectorial y económica. Una consecuencia de lo anterior es que las políticas culturales deben tomar en cuenta a las industrias culturales.
- Las complejas interdependencias entre la esfera pública y privada que van más allá de un simple dualismo. Por ejemplo, se reconoce que una serie de actividades culturales comerciales siempre tendrán un impacto en las aspiraciones de la política cultural. Los marcos que se limiten al enfoque dualista irán perdiendo progresivamente su efectividad.
- A nivel regional, dos iniciativas demuestran la voluntad política de invertir en las industrias culturales como forma de paliar la pobreza:
 - La Iniciativa Paro (BIMSTEC, 2006) impulsada por los países BIMSTEC destaca: “Las industrias culturales tienen la capacidad de contribuir a la reducción de la pobreza en tanto que han demostrado ser un poderoso instrumento de reorganización y revitalización de las comunidades locales, particularmente entre los grupos más desfavorecidos de la sociedad, tanto en las comunidades rurales como en las barriadas urbanas”.
 - En África, el *Plan de Acción de Nairobi para las Industrias Culturales*, producto de la Primera Sesión Ordinaria de la Conferencia de Ministros de Cultura de la Unión Africana (African Union, 2005) y adoptado en la Segunda Sesión de la Conferencia de Ministros de Cultura (African Union, 2008), incluye conclusiones y recomendaciones similares. Su principal objetivo es mejorar las condiciones laborales y de vida de los artistas y creadores africanos, incentivar su participación en el desarrollo cultural endógeno y promover la contribución de las industrias culturales al desarrollo de África. Otros objetivos persiguen facilitar la protección, organización, producción, marketing, distribución, exhibición y preservación de las industrias culturales y creativas africanas y posicionar al continente de manera que pueda optimizar los beneficios derivados de futuras estrategias de desarrollo, mercados y tecnologías, tanto en el sector cultural como en otros (African Union, 2008). El Plan de Acción también aborda la necesidad de contar con información sobre estadísticas relacionadas con la industria cultural y creativa.

Desde 1986, un fenómeno de gran importancia ha sido la progresiva sensibilización sobre temas de diversidad cultural y la necesidad de contar con una política activa que la aborde. La Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO (2005a), también refleja esta inquietud. Considerando la creciente importancia de los activos creativos en la economía, la diversidad cultural representa un componente fundamental de la creatividad y la innovación. En las palabras de David

Throsby (2005) “...los principios que rigen la mantención de la diversidad cultural se derivan de la tesis que la diversidad de ideas, creencias, tradiciones y otras expresiones artísticas y culturales genera un flujo de servicios culturales que se distingue claramente de los servicios proporcionados por cada componente...la diversidad cultural contribuye de manera importante al dinamismo artístico y cultural que, a su vez, tiene un efecto indirecto (*flow-on*) sobre la economía.”

La diversidad cultural representa un área multifacética de política que incluye distintas raíces, distintos énfasis y articulaciones en diferentes niveles territoriales: dentro de los estados y entre los estados o transnacionales. Sobre este último punto, la iniciativa orientada a promover una política activa en términos de diversidad cultural va acompañada de una serie de aspectos interrelacionados:

- En términos generales, se ha observado una creciente demanda por productos culturales provenientes del mundo en desarrollo, o en ciertos casos, la ‘hibridación’ de estos productos con los producidos en el mundo desarrollado. Sin embargo, a menudo, los países en desarrollo no se encuentran en condiciones de negociar un nivel de rentabilidad para sus exportaciones culturales que sea comparable con la percibida por los países desarrollados. Esto obedece, en parte, a una falta de capacidad institucional aunque también es consecuencia del poder absoluto de un sector industrial oligopólico;
- La difuminación de las fronteras (en su mayor parte occidentales) entre las nociones de alta y baja cultura y entre el occidente y “los demás”, y
- La comercialización de productos artesanales y su función en las estrategias de desarrollo económico del mundo en desarrollo.

Numerosos temas están surgiendo como resultado de estos cambios, siendo quizás el más polémico el referido a los derechos de propiedad intelectual. En la medida que la cultura se visualice cada día más como un producto primario, un sistema de derechos (junto con una definición sobre qué derechos le corresponden a productores específicos) establecerá el grado de protección que se debe proporcionar a las personas a cambio de la explotación de sus ideas. La prensa ha cubierto en gran detalle la existencia de problemas específicos – planteados en nombre de las grandes corporaciones que intentan proteger sus activos – asociados con el robo y la copia no autorizada. Al mismo tiempo, es probable que las áreas de la cultura que no son objeto de comercialización nunca desarrollen sólidas estrategias de identificación de derechos, dejándolas vulnerables al robo. Este problema, que es real en los países en desarrollo, suele no informarse hecho que constituye una amenaza a la diversidad de la expresión cultural. Por esta razón, la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO 2005a) destaca la doble naturaleza (económica y cultural) y la vulnerabilidad de las actividades, bienes y servicios culturales “que proyectan identidades, valores y significados”. La Declaración Universal de la UNESCO (UNESCO, 2001) sobre la Diversidad Cultural ha caracterizado la diversidad cultural como “una fuente de intercambio innovación y creatividad [...] tan necesaria para la humanidad como la biodiversidad lo es para la naturaleza... constituye una de las raíces del desarrollo, entendido éste no simplemente en términos de crecimiento económico, sino, como un medio para lograr una existencia intelectual, emocional, moral y espiritual más satisfactoria”. Dos de los principios rectores de estos instrumentos son al acceso equitativo a todas las expresiones culturales y el crecimiento sostenible.

El MEC 1986 (UNESCO, 1986), fue concebido principalmente por los Estados Miembros de la UNESCO de los países desarrollados. Por lo tanto, un marco revisado debe tener en cuenta las necesidades de los países en desarrollo. En particular, debe considerar la conveniencia y factibilidad de incorporar elementos como el patrimonio cultural inmaterial y la economía informal y abordar el tema de la diversidad cultural. En la versión 1986, ciertas actividades culturales, tales como la producción artesanal y el papel de la educación, fueron omitidos o bien no recibieron el énfasis necesario.

1.3 Propósito y objetivos clave de la revisión del marco

El presente Marco tiene como objetivo establecer una base conceptual que facilite un punto de vista común que, a su vez, permita realizar comparaciones internacionales que abarquen un espectro amplio de actividades relacionadas con la producción, difusión y usos de la cultura. Con este fin, la revisión recoge los siguientes principios orientadores:

- Establecer una base conceptual que permita cubrir un amplio espectro de expresiones culturales, independientemente de su modalidad económica y social de producción;
- Abordar toda la extensión de las expresiones culturales (formas, prácticas, productos y procesos culturales) incluyendo sus nuevos mecanismos de producción y consumo (industrias culturales y el componente cultural de la propiedad intelectual) y prácticas culturales no asociadas con las industrias culturales (patrimonio inmaterial);
- En la medida de lo posible, hacer uso de categorías homologables a las clasificaciones internacionales como, por ejemplo: la Clasificación Central de Productos (CPC), Sistema Armonizado para la Descripción y Codificación de Mercancías [también conocido como Sistema Armonizado (SA)], la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO); y
- Asistir a los países en el desarrollo de sus propios marcos. Éstos deben ser sensibles a los requerimientos de cada cual pero, a su vez, incorporar puntos comunes de referencia que hagan posible la comparación y el establecimiento de criterios internacionales.

2. El marco de estadísticas culturales: Conceptos y estructuras

2.1 Revisión del marco: un nuevo enfoque

El desafío que enfrenta el desarrollo de un nuevo marco de estadísticas culturales es el de crear un enfoque que trascienda las oposiciones y dicotomías que caracterizan el debate sobre políticas culturales, particularmente aquellas referidas a cómo medir la cultura. El objetivo del enfoque presentado en este documento es abordar la tensión generada por tres dicotomías de políticas culturales de común ocurrencia:

- i) **El alcance de la cultura (económico-social).** Este enfoque se basa en una comprensión del mecanismo de creación y transmisión del significado cultural. El hecho de centrar la atención en la producción y distribución de la cultura conlleva, necesariamente, entender cómo está inserta en los procesos sociales y económicos. La cultura no existe separada de la sociedad y de la economía. Muchos elementos de la cultura, incluyendo aquellos externos al mercado, pueden ser rastreados a través de indicadores sobre participación, uso del tiempo o capital social. Muchos otros elementos inherentes a la producción y transmisión de la cultura involucran una transacción económica factible de medir.
- ii) **Régimen de administración (público-privado).** Respecto del financiamiento y administración (sector privado, sector público o sociedad civil) de la producción y transmisión cultural, el enfoque adoptado es de naturaleza agnóstica. Existen tres fuentes de financiamiento de la cultura: i) pública (otorgado principalmente por instituciones públicas o gubernamentales) bajo la forma de asistencia directa (subsidios y concesiones) o indirecta (exenciones tributarias); ii) privada (otorgado por el mercado); y iii) donantes u organizaciones sin fines de lucro. Los datos disponibles en la actualidad no ofrecen un escenario claro de estas distintas fuentes de financiamiento. El grupo de estudio sobre Gasto y Financiamiento Cultural ha reconocido la gran dificultad de obtener estadísticas comparables sobre el financiamiento público de la cultura en los países europeos (Comisión Europea, 2001). Las diversas estructuras y mecanismos de financiamiento público (centralizado o descentralizado) utilizados en los distintos países hacen que la comparación sea extremadamente difícil.

En este Marco, se hace hincapié en las relaciones, conexiones e intercambios transversales al sector cultural.

- iii) **Grado de institucionalización (formal-informal).** El presente enfoque reconoce que la producción y distribución cultural tienen lugar tanto en la economía formal e informal como en el ámbito social. La producción cultural informal es una característica común al mundo desarrollado y al mundo en desarrollo. Sin embargo, si la producción cultural tiene lugar dentro de la economía informal o en ámbitos no monetarios, es posible estimarla. Este enfoque está orientado a cubrir todas las manifestaciones de proceso de creación, expresión y significado cultural (véase *la Sección 2.3*).

En muchas industrias culturales la progresiva especialización de la división del trabajo ha llevado a una distinción más sutil entre las tareas destinadas a ‘crear’ y a ‘utilizar’ la cultura. Sin embargo, en otras industrias, por ejemplo, en el sector artesanal, estas distinciones son menos pronunciadas ya que los productores de artesanías pueden concebir, fabricar y exhibir/comercializar sus artefactos, logrando de esta forma amalgamar o eliminar la división del trabajo. De esta forma, los productores de artesanías pueden ocupar varios niveles en el ciclo de producción cultural.

La lógica que sustenta la revisión del marco comprende tres componentes:

- **Extensión** (que incluye dominios considerados culturales) y **profundidad del sector** (que incluye actores, artistas, personal auxiliar y productos sin los cuales los actores y artistas no podría trabajar);
- El deseo de transitar hacia un sistema de **medición directa**; y
- La capacidad de realizar **evaluaciones internacionales comparativas**. Al mismo tiempo, es importante evitar la tentación de imponer un marco ‘universal’, ya que éste debe ser sensible tanto a las particularidades como a las diversidades nacionales o regionales y además ser adecuado para establecer comparaciones.

2.2 Definición de la cultura con propósitos estadísticos

La percepción de la cultura en la cual se fundamenta la revisión del Marco de Estadísticas Culturales se basa en la definición adoptada en la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO, es decir, “la cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 2001). Dicha definición de la cultura está estrechamente vinculada con la manera como las sociedades, los grupos y las comunidades definen su identidad.

La definición de cultura con propósitos estadísticos contenida en el MEC, considera dos aspectos principales:

- **Concepto de “Dominio Cultural”**: una definición inicial de dominio cultural puede considerar una serie de industrias (conocidas comúnmente como industrias culturales) dado que éstas aparecen formalmente definidas en clasificaciones internacionales actualmente en uso. Asimismo, un dominio puede abarcar toda la actividad cultural bajo una categoría determinada incluyendo las actividades sociales e informales. Por ejemplo, las estadísticas de producción cinematográfica pueden incluir la asistencia a cines y la producción comercial de filmes aunque también pueden abarcar la producción y exhibición doméstica. Este tipo de actividades sociales e informales es más difícil de definir utilizando los actuales instrumentos estadísticos y requiere utilizar una metodología distinta. Desde la óptica del Marco, un dominio incluye todas las actividades conexas, sean éstas de naturaleza económica o social.
- **Debate creativo-cultural**: si bien numerosos países han empleado el término ‘creativo’ para describir estas industrias, muchas empresas que forman parte del sector ‘creativo’ bien pueden no serlo. La propia definición y medición del concepto de creatividad es un tema de intenso debate. Las industrias creativas suelen cubrir un rango más amplio de dominios que los tradicionales dominios artísticos e incluyen, por ejemplo, todas las industrias TIC o de investigación y desarrollo. El Marco aborda esta problemática

mediante la incorporación de determinadas industrias creativas (diseño y publicidad) en un dominio separado.

2.3 El ciclo cultural

El ciclo cultural abarca las diferentes etapas de creación, producción y difusión de la cultura. En términos de este enfoque, la cultura se puede visualizar como el producto de un conjunto de procesos afines. Dichos procesos pueden o no estar institucionalizados y pueden o no estar regulados por el Estado. El concepto más amplio de un sector que incluye actividades no formales, de aficionados y otras no relacionadas con el mercado, se ha denominado 'dominio' como forma de señalar que cubre actividades económicas relacionadas con el mercado así como actividades sociales externas a éste.

El desarrollo de una perspectiva basada en dominios permite elaborar un mapa de los procesos de producción y distribución de la cultura a lo largo del ciclo de producción. Un análisis preliminar de clasificaciones nacionales y regionales realizado por *BOP Consulting Study* (UNESCO-UIS, 2006a), ha demostrado que el concepto de ciclo cultural ya ha sido adoptado por numerosos Estados Miembros de la UNESCO. Sin embargo, en algunos contextos, continúa siendo un concepto latente y/o no se aplica en forma consistente. El enfoque basado en el ciclo cultural contribuye a visualizar cómo las actividades y la producción cultural se desarrollan en la práctica, yendo más allá de una simple agrupación de dominios.

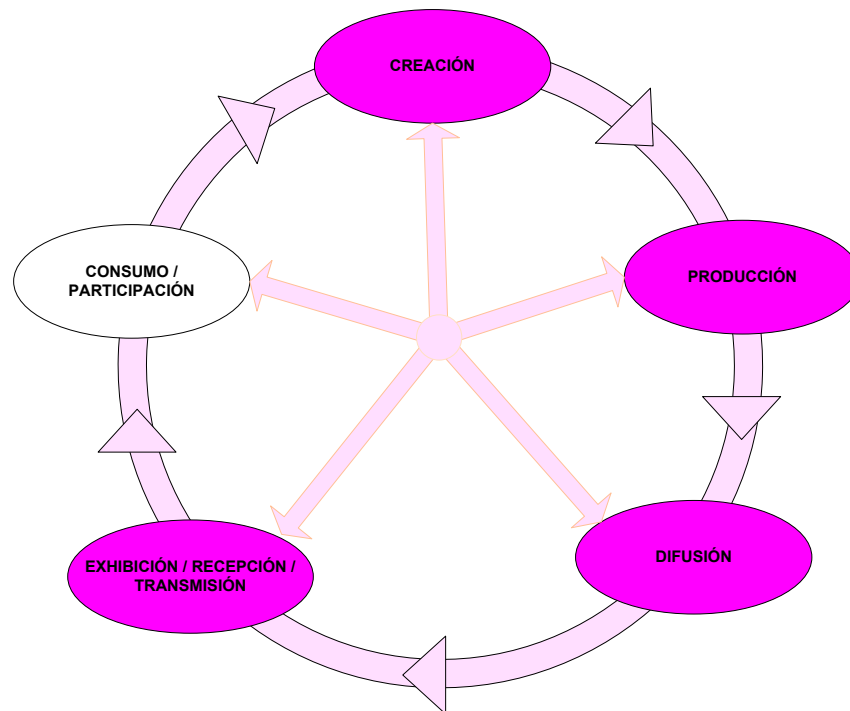
El desafío que debe superarse para elaborar un marco de estadísticas culturales sostenible y sólido, supone la capacidad de incluir los procesos que contribuyen a que la cultura sea creada, distribuida, utilizada, criticada, comprendida y preservada. Se ha elaborado una serie de enfoques que permiten ampliar el universo de actividades necesarias para la producción y distribución de la cultura. Éstos se traducen en un ciclo de producción consistente en cinco etapas (**Figura 1**), aunque claramente las distintas expresiones culturales tienen distintos ciclos de producción y, en consecuencia, no todas requerirán los mismos aportes en cada etapa.

Al igual que la versión anterior del MEC (UNESCO, 1986), el ciclo cultural incluye cinco etapas que se presentan en un modelo cíclico - en lugar de uno jerárquico- para destacar la noción que las relaciones pueden ser complejas y se dan, preferentemente, como partes de una red.

1. **Creación:** el punto de origen y la creación de ideas y contenidos (por ej., los escultores, escritores, empresas de diseño) y la manufactura de productos originales (por ej. artesanías, obras de arte).
2. **Producción:** las formas culturales reproducibles (por ej., los programas de televisión), así como las herramientas especializadas, la infraestructura y los procesos utilizados en su fabricación (por ej., la fabricación de instrumentos musicales, la impresión de periódicos).
3. **Difusión:** poner al alcance de consumidores y exhibidores productos culturales de reproducción masiva (por ej., la venta mayorista o minorista y alquiler de música grabada y juegos de computación y la distribución de filmes). La distribución digital hace posible que algunos bienes y servicios sean transferidos directamente del creador al consumidor.

4. **Exhibición/Recepción/Transmisión:** se refiere al lugar donde ocurre el consumo y a la provisión de experiencias culturales en vivo y/o no mediadas a audiencias a través del otorgamiento o venta de acceso restringido con fines de consumo/participación en actividades culturales puntuales (por ej., organización y producción de festivales, teatros, cines, museos). La transmisión guarda relación con la transferencia de conocimientos y destrezas que no involucran, necesariamente, una transacción comercial y que suelen ofrecerse en entornos informales. Incluye la transmisión del patrimonio cultural inmaterial de generación en generación.
5. **Consumo/Participación:** las actividades de las audiencias y participantes asociadas con el consumo o participación en actividades y experiencias culturales (por ej., leer libros, bailar, participar en carnavales, escuchar la radio, visitar galerías de arte).

Figura 1. Ciclo cultural



El término *ciclo cultural* es bastante útil ya que sugiere la existencia de interconexiones entre estas actividades, incluyendo los procesos de retroalimentación a través de los cuales las actividades que privilegian la demanda (consumo) inspiran la creación de nuevos productos culturales. El modelo representa un medio abstracto y analítico de visualizar la producción y difusión cultural y debe ser considerado, en parte, como un enfoque que promueve la sensibilización. En la práctica, algunas de las fases pueden estar fusionadas, por ejemplo, mientras que el músico puede componer (crear) y presentar su música (producir/difundir) el escritor escribe (crea) pero rara vez representa su obra (produce/difunde). El productor de artesanías que recoge las materias primas (insumos de recursos informales) y utiliza los conocimientos tradicionales (capacitación informal) en la fabricación de un artefacto para venderlo a un costado de la carretera (distribución y venta minorista informales) personifica el ciclo completo característico de un entorno informal. Entender qué parte del proceso se está midiendo constituye un importante elemento en el diseño de las políticas públicas que regularán las intervenciones en el ámbito de la producción cultural.

En el caso de ciertas actividades culturales, el proceso puede comenzar en cualquier etapa del ciclo, mientras que algunas etapas pueden estar combinadas o simplemente no existir como, por ejemplo, en el caso del patrimonio que puede decirse tuvo su origen en una época pasada. La mayoría de las actividades que involucran al patrimonio tienen lugar en las fases “Exhibición y Transmisión” y “Consumo/Participación”.

La estructura reticular del ciclo destaca aquellas modalidades de producción más estrechamente asociadas con las nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías han creado interrelaciones entre las distintas funciones y, con el andar del tiempo, estas nuevas formas de procesos culturales podrían resultar en la fusión de dichas funciones. Por ejemplo, las personas pueden crear y consumir simultáneamente a través de tecnologías como “YouTube” o “blogs”.

El ciclo cultural muestra que el origen de la producción cultural reside en el ámbito social. El enfoque del ciclo cultural es agnóstico respecto de la motivación que impulsa la producción cultural, ya sea que persiga fines de lucro o la transmisión de valores. Dado que las actividades culturales, y sus actores, transitan continuamente entre actividades del mercado y aquellas que no lo son, es indispensable reconocer el papel que desempeñan ambas así como las dificultades que plantea su medición.

El ciclo cultural no persigue emitir juicios sobre la naturaleza ‘cultural’ de un aspecto determinado del ciclo. Más bien, el modelo prioriza la importancia de lograr una comprensión amplia y la capacidad de rastrear la totalidad de las actividades y recursos necesarios para transformar las ideas en bienes y servicios culturales para que, a su vez, puedan ser transferidos a los consumidores, participantes o usuarios. El dispositivo (una pintura, un producto artesanal, una presentación artística, etc.) no tiene significado alguno en la ausencia de un sistema de valores y producción que le otorgue significado/valor. Por ejemplo, un país que desea que un sitio determinado sea reconocido como ejemplo del patrimonio cultural de extraordinario valor, movilizará sus recursos turísticos, de transporte, de preservación y hotelería a objeto de captar los aportes quienes pagan por de visitarlo.

El ciclo cultural también posee una dimensión espacial. Algunas actividades pueden estar concentradas en un lugar, región o país, mientras que otras pueden estar articuladas en todo el mundo. La naturaleza exacta de esta articulación sólo se ha podido conocer a través de la indagación empírica hecho que tiene importantes implicancias tanto para la regulación del sector cultural como para las áreas (económica, cultural) de concentración de los beneficios. Otro importante componente espacial de la cultura es la dislocación, como resultado de la cual las poblaciones se ven separadas de su medio cultural a través de las migraciones. La globalización ha agravado este problema, como aquellos relacionados con la asimilación cultural, los desacuerdos y el sentido de lo exótico y foráneo que a veces puede generar.

Los datos empíricos (cualitativos y cuantitativos) que pueden utilizarse para dinamizar el ciclo (según se derivan, en parte, del marco de estadísticas culturales) suelen no estar al alcance de todos los países. En el caso de los países que han invertido en iniciativas de levantamiento de datos, el modelo revela que el nivel de contribución atribuible a la cultura ha sido sustancial. Sin embargo, su verdadero valor – y la información que fundamentará la elaboración de políticas culturales – sólo podrá ser medido cuando se disponga de información comparable, país por país y región por región.

No es indispensable que las políticas culturales abarquen la totalidad del ciclo cultural. Sin embargo, los responsables de las políticas deben estar conscientes de que una intervención

limitada, o de alcance reducido, puede traer consecuencias de mayor alcance que, en la práctica, afecten la totalidad del ciclo.

2.4 Extensión del sector cultural

Una revisión de marcos seleccionados de estadísticas culturales de todo el mundo (UNESCO-UIS, 2006a) revela que existe un creciente consenso en el sentido que la cultura es el producto de un grupo identificable de actividades. Sin embargo, también destaca que esto puede ser parcialmente oscurecido por las siguientes carencias:

- i) la falta de acuerdo para identificar una forma de agruparlas en niveles más altos como dominios; y
- ii) la falta de acuerdo sobre qué funciones deberían incluirse en el análisis del sector cultural.

En parte, la divergencia relacionada con el primer punto (i) representa una legítima reflexión sobre las diferencias locales de la cultura. Sin embargo, también está relacionada con (ii) la falta de una lógica o modelo básico de análisis plenamente desarrollado. Ésta es, la principal explicación de esto último.

No obstante, al momento de revisar el marco de estadísticas culturales, la aplicación de un enfoque lógico y consistente no es el único requisito. También se deben tomar en cuenta temas de índole más pragmática relacionados con:

- la **implementación** – la capacidad de implementar la definición de dominios culturales dentro de sistemas de clasificación ya sea la Clasificación Central de Productos (CPC), la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU), u otras.
- las **políticas** – con el fin de garantizar que el marco sea utilizado (y, por ende, sea útil) se requerirá la ratificación de los países muchos de los cuales cuentan con instituciones culturales que representan poderosos intereses siendo indispensable que éstas vean su aporte reflejado en el marco.

2.5 Definición de 'dominios culturales'

La medición de los dominios culturales y la definición de cuáles categorías pertenecen a un dominio determinado y cuáles deben ser excluidas de éste, hace necesario identificar la extensión del sector. Para los propósitos del presente Marco - que privilegia un enfoque pragmático - se ha derivado una definición operativa de la cultura (descrita a continuación) a partir de la proporcionada anteriormente en este documento (Sección 2.2).

La definición pragmática de cultura empleada en el MEC está basada en dominios y su propósito es medir las actividades, bienes y servicios culturales generados por procesos industriales y no industriales. Los bienes y servicios culturales engloban valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales. Las características de estos bienes y servicios difieren de las de otros productos dado que su sistema de valorización, que incluye una característica irreproducible, está vinculada a su apreciación o al placer que de ellos se puede derivar (Throsby, 2001).

Los bienes culturales proyectan ideas, símbolos y modos de vida, algunos de los cuales pueden estar sujetos a derechos de autor. Por su parte, los servicios culturales no representan bienes culturales materiales en sí mismos, aunque facilitan su producción y distribución. Por ejemplo, entre los servicios culturales se incluyen las actividades de concesión de licencias y otros servicios relacionados con la propiedad intelectual, las actividades de distribución de productos audiovisuales, la promoción de eventos culturales y artes escénicas, así como los servicios de información cultural y la preservación de libros, grabaciones y artefactos (en bibliotecas, centros de documentación y museos). La mayoría de estos bienes y servicios están sujetos a derechos de autor.

Las actividades culturales encarnan o transmiten expresiones culturales, sin importar el valor comercial que éstas puedan tener. Estas actividades pueden constituir un fin por derecho propio o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales (UNESCO-UIS, 2005).

A diferencia de la versión anterior (UNESCO, 1986) en el presente Marco la definición de dominios culturales está basada en un modelo jerárquico que comprende dominios culturales y dominios relacionados. Los dominios culturales incluyen las actividades, los bienes y servicios presentes en todas las etapas del modelo de ciclo cultural. Los dominios relacionados están asociados a una definición más amplia de la cultura e incluyen actividades sociales y recreativas. Estos dominios son mutuamente excluyentes de modo que, por ejemplo, a la música le corresponde una sola categoría. En contraste al marco anterior, el patrimonio cultural inmaterial se considera una dimensión transversal, si bien en el MEC 1986 se encontraba parcialmente cubierta por la categoría “servicios comunitarios”.

Los dominios culturales del MEC, ilustrados en la **Figura 2**, representan un conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas que pueden agruparse bajo los siguientes encabezamientos:

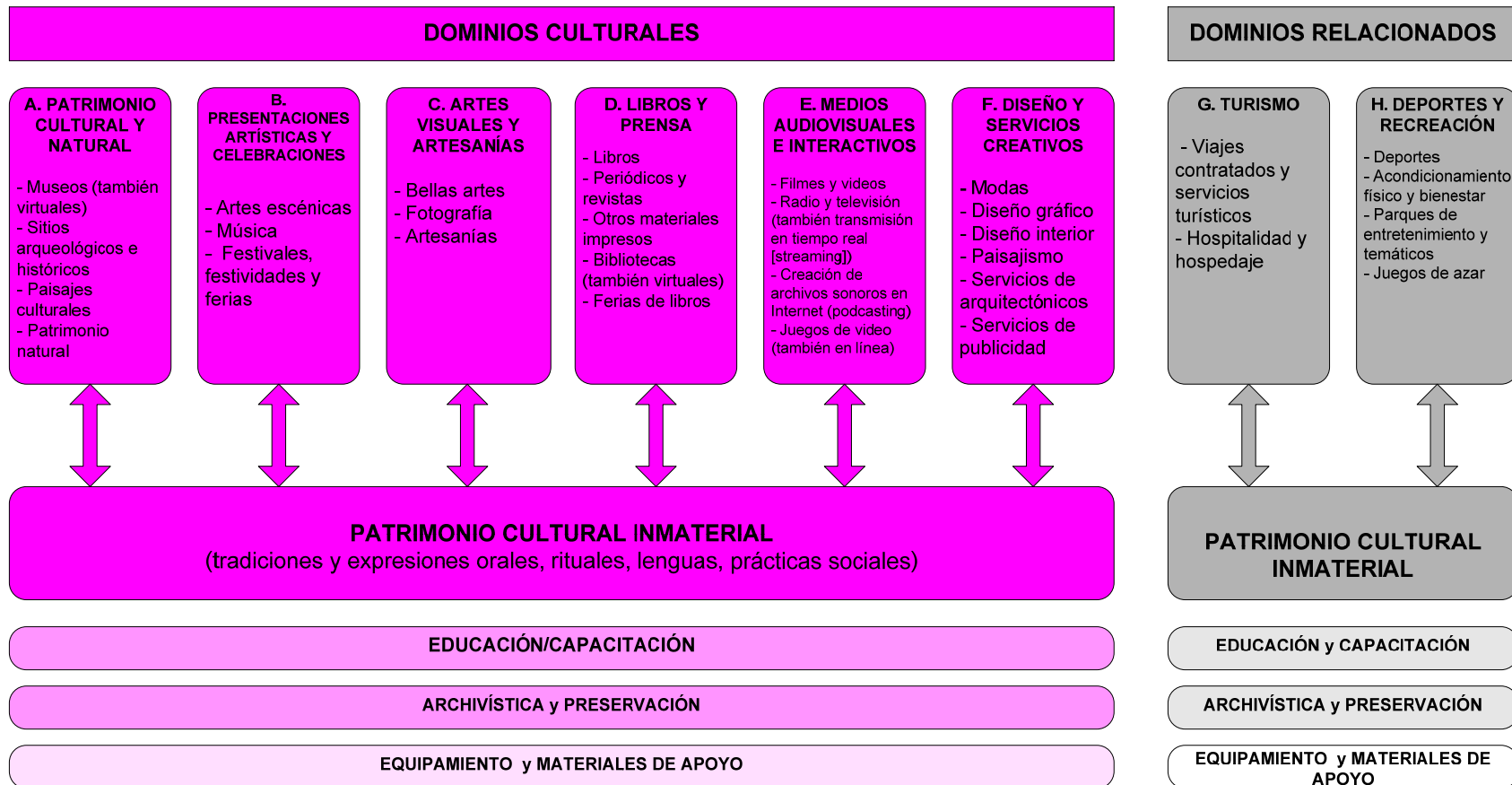
- A: Patrimonio Cultural y Natural;
- B: Presentaciones artísticas y Celebraciones;
- C: Artes Visuales y Artesanías;
- D: Libros y Prensa;
- E: Medios Audiovisuales e interactivos; y
- F: Diseño y Servicios Creativos
- Patrimonio Cultural Inmaterial (dominio transversal)

Estos dominios se consideran netamente culturales. Asimismo, representan el conjunto mínimo de actividades culturales básicas para las cuales la UNESCO solicitará a los países la recolección de datos comparables. Si bien esto permite especificar la extensión del sector cultural, también proporciona una idea de su estructura.

Adicionalmente se incluyen tres dominios transversales dado su papel esencial en el ciclo cultural respecto de la producción y transmisión de la cultura. Se consideran transversales puesto que aplican a todos los dominios culturales y relacionados:

- Educación y capacitación
- Archivística y preservación
- Equipamiento y materiales de apoyo

Figura 2. Marco para los dominios de estadísticas culturales



Con el fin de evitar una contabilización doble, cada actividad puede clasificarse sólo una vez dentro del marco, si bien se dan casos donde la lógica dicta que la actividad puede abarcar más de un dominio. Por ejemplo, la música podría pertenecer al dominio 'Audio-visual' y 'Presentaciones artísticas y Celebraciones' ya que incluye componentes de música en vivo (representación) y grabada (audiovisual). Sin embargo, el MEC prioriza el contenido cultural antes que la forma que éste puede adoptar. Por otra parte, dentro de las clasificaciones estadísticas gran parte del dominio no puede ser claramente separado de actividades asociadas con otras artes escénicas.

Dominios culturales

Los dominios culturales comprendidos en el MEC se definen de la siguiente manera:

A. Patrimonio cultural y natural

El dominio *Patrimonio Cultural y Natural* considera: *Museos, Sitios Arqueológicos e Históricos* (incluyendo edificaciones y sitios arqueológicos), *Paisajes Culturales* y el *Patrimonio Natural*.

El *Patrimonio Cultural* incluye artefactos, monumentos, grupos de edificaciones y sitios de importancia simbólica, histórica, artística, estética, etnológica o antropológica, científica y social.

Los Paisajes Culturales representan una combinación de los trabajos del hombre y de la naturaleza y plasman una larga e íntima relación entre las personas y su entorno natural (UNESCO, 2007).

El *Patrimonio Natural* abarca formaciones naturales, geológicas y fisiográficas y zonas demarcadas que constituyen el hábitat de especies de plantas y animales en peligro de extinción, así como sitios naturales de gran valor desde la óptica de la ciencia y la conservación, y desde la perspectiva de su belleza natural. Éste incluye santuarios de la naturaleza, reservas, zoológicos, acuarios y jardines botánicos (UNESCO, 1972).

Entre las actividades asociadas con el patrimonio cultural y natural se cuentan la administración de sitios y colecciones de importancia histórica, estética, científica, ecológica y social. Las actividades archivísticas y de preservación realizadas por museos y bibliotecas también forman parte de esta categoría.

Se ha definido *Museo* como “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo y abierta al público, que acopia, conserva, expone, estudia y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de educación, estudio y recreo” (ICOM, 2007). Este dominio también comprende los museos vivos que contienen objetos que aún se utilizan en rituales o ceremonias sagradas y los museos virtuales, que son aquellos presentados en formato electrónico, es decir en CD o un sitio en Internet.

B. Presentaciones artísticas y celebraciones

Las Presentaciones Artísticas y Celebraciones incluyen todo tipo de eventos culturales en vivo.

Las Artes Escénicas comprenden actividades profesionales o de aficionados relacionadas con el teatro, la danza, la ópera y el teatro de títeres. Adicionalmente incluye eventos culturales de celebración (*Festivales, Fiestas y Ferias*) de carácter local y que pueden ser de naturaleza informal.

Dentro de este dominio, se define la *Música* en todas sus formas, incluyendo Presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, música digital (cargas y descargas) e instrumentos musicales.

C. Artes visuales y artesanías

Las Artes Visuales son formas de arte orientadas a la creación de obras de naturaleza visual. Su objetivo es apelar al sentido estético y puede expresarse en diversas formas. Aunque se reconoce que entre las artes visuales contemporáneas se pueden incluir formas multidisciplinarias de arte tales como el 'arte virtual', estas formas de arte forman parte del dominio E, *Medios Audiovisuales e Interactivos*.

El dominio *Artes Visuales y Artesanías* incluye las *Bellas Artes* como pinturas, dibujos, esculturas, las *Artesanías* y la *Fotografía*. También se incluyen en este dominio los locales comerciales destinados a su exhibición como, por ejemplo, las galerías comerciales.

El MEC adopta la definición de artesanías o productos artesanales del Centro de Comercio Internacional (ITC) y la UNESCO que los describe como "productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado... La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, y religiosa o socialmente simbólicas y significativas" (UNESCO/ITC, 1997).

La UNESCO (UNESCO-ITC, 1997) ha identificado seis categorías amplias de productos artesanales sobre la base de los materiales empleados en su elaboración: cestería, textiles, alfarería, madera, metal y cuero. Las categorías adicionales corresponden a diversos materiales que bien son característicos de un país o región, son inusuales, o son de difícil manipulación (piedra, vidrio, marfil, hueso, caparazones, madreperla, etc.). Otras categorías podrían surgir del uso simultáneo de diferentes materiales y técnicas, por ejemplo, la fabricación de artículos decorativos, joyas, instrumentos musicales, juguetes y obras de arte. Aun cuando muchas artesanías se producen en forma industrial, aquellos productos que exhiben un carácter tradicional (patrón, diseño, tecnología o material) se han incorporado al MEC. Las artesanías contemporáneas no están incluidas bajo el dominio *Artes Visuales y Artesanías* sino en el dominio F, *Diseño y Servicios Creativos*.

D. Libros y Prensa

Esta categoría representa todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos: *Libros*, *Periódicos* y *Revistas*. Si bien este Marco no incorpora cambios respecto del MEC 1986 (UNESCO, 1986) en él se incluyen las modalidades *electrónicas* o *virtuales* de publicación (diarios y revistas ‘en línea’) y la distribución digital de libros y materiales impresos. Las *Bibliotecas*, tanto físicas como virtuales, se incluyen dentro del dominio así como las *Ferias de Libros*.

La impresión no suele incluirse en las clasificaciones culturales ni en las definiciones de las industrias culturales, por no considerarse una actividad cultural por derecho propio. Sin embargo, de acuerdo al modelo de ciclo cultural, la impresión debe incluirse como parte de la función de producción de la industria editorial. En consecuencia, el MEC incluye actividades de impresión que tienen un uso final predominantemente cultural. El problema surge cuando se intenta identificar estas actividades empleando los actuales sistemas de clasificación estadísticos. En general, las actividades de impresión relacionadas con la industria editorial se incluyen bajo el dominio *Libros y Prensa* como una función de producción. Sin embargo, la categoría *Otros materiales impresos* - que incluye la impresión de catálogos comerciales o trabajos de impresión ‘rápidos’ - se ha excluido. El MEC recomienda incorporar estas actividades relacionadas con la impresión bajo el dominio *Equipamiento y Materiales de Apoyo*.

E. Medios audiovisuales e interactivos

Los elementos centrales de este dominio son la difusión por *Radio* y *Televisión* (incluyendo la transmisión de datos por Internet en tiempo real o *streaming*), *Filmes* y *Videos* y los *Medios Interactivos*. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras. En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como *Facebook* y el *podcasting* en Internet tal como *YouTube*. No obstante, los programas computacionales (*software*) y las computadoras se consideran como infraestructura o herramientas destinadas a la producción de contenido y, por lo tanto, deben incluirse en el dominio transversal *Equipamiento y Materiales de Apoyo*.

Los medios y programas computacionales interactivos representan importantes campos de actividad. Si bien muchos productos y servicios interactivos poseen un uso final de carácter cultural (juegos de video y computacionales, la red interactiva y contenido móvil), no se puede hacer la misma afirmación de la industria informática. En lo que al MEC respecta, los *Medios Interactivos* se consideran parte del dominio *Medios Audio-visuales e Interactivos*. En la práctica, esto dependerá del sistema de clasificación utilizado y de su capacidad para separar las actividades relacionadas con los medios interactivos de las otras actividades convencionales de informática y telecomunicaciones. La Clasificación Central de Productos (CPC) permite identificar con precisión algunas – no todas – las actividades de los medios interactivos. En los casos que estas actividades no puedan ser claramente identificadas en la CPC, o en otras clasificaciones, estas actividades deben ser incluidas como parte del dominio transversal *Equipamiento y Materiales de Apoyo*.

Los *Medios* pueden definirse como *Interactivos* cuando: (1) dos o más objetos se afectan mutuamente; (2) el usuario puede inducir un cambio en el objeto o en el entorno (por ej., durante juegos de video); (3) implican la participación activa de un usuario; o (4) se produce un efecto doble en lugar de una simple relación causa-efecto (Canadian Heritage, 2008).

Tanto los juegos de video como su desarrollo (diseño de programas computacionales) se han incluido en esta categoría ya que representan una actividad interactiva.

F. Diseño y servicios creativos

El dominio *Diseño y Servicios Creativos*, que cubre actividades, bienes y servicios asociados con el diseño creativo, artístico y estético de objetos, edificaciones y paisajes, no formaba parte de la versión anterior del MEC (UNESCO, 1986).

Este dominio incluye *Modas, Diseño Gráfico e Interior, Paisajismo* y *Servicios Arquitectónicos y de Publicidad*. La arquitectura y la publicidad forman parte de los dominios culturales centrales, aunque sólo como servicios. El objetivo principal de los servicios de arquitectura y de publicidad es prestar un servicio creativo, o hacer un aporte intermedio, a un producto final que no siempre es de naturaleza cultural. Por ejemplo, el producto final de los servicios publicitarios creativos puede ser una publicidad comercial que, no siendo un producto cultural en sí mismo, es el producto de una actividad creativa. Con el fin de evitar la contabilización doble, se ha tomado la decisión de clasificar algunas actividades de diseño en una categoría distinta a la del dominio F. Por ejemplo, todas las edificaciones que forman parte del patrimonio se han considerado dentro del dominio A, *Patrimonio Cultural y Natural*, en tanto que el contenido de los medios interactivos de diseño se han incluido en el Dominio E, *Medios interactivos y Audiovisuales*.

Dominios transversales

Si bien estos dominios poseen valor propio como dominios independientes, se les considera transversales ya que pueden aplicarse a todos los demás dominios culturales.

El dominio *Patrimonio Cultural Inmaterial* se considera netamente cultural mientras que a los restantes dominios transversales, *Archivística y Preservación, Educación y Capacitación y Equipamiento y Materiales de Apoyo* se les asigna un carácter parcialmente cultural, dado que estos dominios incluyen elementos y actividades de naturaleza cultural y, por ende, revisten importancia e interés en términos de la cultura y para los propósitos del MEC.

Patrimonio Cultural Inmaterial (Dominio cultural transversal)

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO 2003b) afirma: “Se entiende por patrimonio cultural inmaterial (PCI) “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (Art. 2).

El PCI es, simultáneamente, tradicional y viviente. Se transmite “de generación en generación” y “es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad” (Art. 2).

Una característica única del PCI es que sólo podrá ser definido como tal en circunstancias que una comunidad le otorgue valor de patrimonio. En otras palabras, no hay nada intrínseco a la propia expresión o práctica que permita a agentes externos (gobiernos, estadísticos, investigadores) definirlo como patrimonio cultural inmaterial. En consecuencia, la identificación así como la definición de patrimonio cultural inmaterial es responsabilidad de las comunidades, grupos y, donde corresponda, de las personas que creen, mantengan y transmitan dicho patrimonio.

El patrimonio inmaterial no puede ser considerado un dominio separado de la actividad o producción cultural ya que puede manifestarse en todos los dominios culturales del MEC, por ejemplo, en las artesanías o en las artes escénicas. Esto explica por qué se ha presentado como un dominio transversal (véase *la Figura 2*). Entre algunas de las prácticas y actividades culturales a través de las cuales se puede manifestar el patrimonio cultural inmaterial se pueden mencionar: a) las tradiciones y expresiones orales, incluyendo el lenguaje como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) las artes escénicas; c) las prácticas, sociales, los rituales y festividades; d) el conocimiento y las prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo; y e) las artesanías tradicionales.

Numerosos años de estudios realizados por la UNESCO sobre las funciones y valores de las expresiones y prácticas culturales fundamentan este nuevo dominio del PCI. Se espera que éste facilite la adopción de nuevos enfoques que permitan entender, proteger y respetar nuestro patrimonio cultural, basados en el reconocimiento de los grupos y comunidades y de quienes identifican, legislan, recrean y transmiten el patrimonio inmaterial.

Archivística y preservación (Dominio transversal)

La Archivística representa la colección y el repositorio de expresiones culturales (objetos muebles e inmateriales) que tiene como finalidad exhibirlas, reutilizarlas y preservarlas para la posteridad (por ej., la preservación de edificaciones y sitios históricos, archivos sonoros, fototecas). *La Preservación* se relaciona con la conservación o preservación y administración de propiedades culturales y naturales de particular interés.

Las actividades asociadas con la *Archivística y preservación* pueden darse en cada uno de los dominios culturales (el manuscrito de un autor, la primera representación de una obra, un concierto o exhibición). El material archivístico también representa un punto de referencia que puede servir de inspiración a nuevas creaciones. Por su parte, los componentes archivísticos y de preservación de las bellas artes, artesanías, diseños, arquitectura y de las industrias audiovisuales y editoriales también inspirar nuevas producciones. Por ejemplo, las viviendas históricas preservan (y exhiben) pinturas, esculturas, joyas y una amplia gama de artefactos (desde mobiliario hasta automóviles) cuyo valor reside principalmente en sus atributos de diseño. Asimismo, los archivos preservan documentos originales como manuscritos, fotografías, libros, filmes y grabaciones radiales.

Educación y Capacitación (Dominio transversal)

El MEC no considera la *Educación* en su globalidad, sino, sólo cuando ésta constituye un medio de transmisión de valores o habilidades culturales. Las actividades de aprendizaje dan apoyo al desarrollo, la comprensión y recepción de la cultura, incluyendo la crítica (por ej., las escuelas de arte y danza la crítica literaria). La educación es el proceso que media la transmisión de la cultura entre las generaciones y el medio a través del cual las personas aprenden a valorizar o a construir juicios de valor (por ej., una crítica) sobre actividades o productos culturales. La educación también constituye un proceso de socialización que permite impartir cultura y desarrollar el tipo de creatividad que puede cuestionar las normas culturales existentes.

La Educación y Capacitación en el ámbito de la cultura ayuda a las personas a adquirir las destrezas necesarias para crear y producir bienes culturales. La educación enseña a valorar el resultado del consumo de bienes y servicios culturales o el beneficio social de participar en una actividad cultural. Asimismo, representa un medio de transmisión de la cultura inmaterial en sistemas formales o informales que contribuye a construir la identidad de una comunidad. Por consiguiente, la educación y capacitación juega un importante papel en todos los dominios culturales y en todas las etapas del ciclo cultural.

Respecto de la variable 'educación' se recomienda a los países que, durante el proceso de acopio de datos, se utilice la *Clasificación Internacional Normalizada de Educación* (CINE 97) (UNESCO-UIS, 2006d), o bien se homologue la información nacional a dicha clasificación al momento de procesar los datos. Esto permitirá que los datos sean internacionalmente comparables. Los países también deben utilizar la estructura de la CINE 97 para identificar los campos de educación.

Equipamiento y Materiales de Apoyo (Dominio transversal)

Este dominio cubre "las herramientas de productos y actividades culturales". Los productos culturales (bienes y servicios) definidos en los distintos dominios son aquellos asociados directamente al contenido cultural, en tanto que el equipamiento y los materiales de apoyo guardan relación con las industrias de apoyo y con los servicios auxiliares (incluso si el contenido es parcialmente cultural) que facilitan o permiten la creación, producción y difusión de productos culturales. Internet se ha incluido en este dominio ya que representa una de las principales herramientas de transmisión, producción y difusión de bienes y servicios culturales. Lo mismo ocurre con las computadoras y los equipos de tecnología de la información dado que se consideran herramientas que permiten la creación, difusión y transmisión de Internet y la generación de numerosos otros medios interactivos.

Se ha hecho una distinción entre esta categoría y los productos y actividades incluidas en los dominios A - F, con el objeto de facilitar la identificación de elementos que, aunque no son esencialmente culturales, pueden ser utilizados en la producción o implementación de un bien o actividad cultural y que son vitales para la existencia de estos productos culturales.

La investigación en el campo de la cultura se ubicará en cada dominio con su respectivo código.

Dominios relacionados

Si bien los deportes, la recreación y el turismo no siempre se consideran actividades culturales, éstos poseen elementos culturales. En otras palabras, representan actividades que pueden tener un carácter cultural aunque su principal componente no sea cultural. A partir de esta definición se han incorporado al MEC en la categoría *Dominios relacionados*.

G. Turismo

Desde un punto de vista cualitativo, el turismo es diferente a otros dominios culturales ya que, en estricto rigor, no puede clasificarse como un sector, es decir, no puede ser medido como el resultado de una actividad industrial o de un determinado mercado. El turismo, más bien, debe entenderse como una actividad impulsada por la demanda y definida por el consumidor. Como tal, se encuentra estrechamente vinculada con los demás dominios del sector cultural ya que cada uno de ellos comprende actividades que los turistas realizan en forma regular. Esto explica que hoy se cuente con una sólida metodología internacional diseñada para medir el impacto económico del turismo basada, en parte, en el desarrollo de Cuentas Satélite de Cultura (CSC) (por ej., Eurostat, OCDE, ONU y OMT, 2001).

Idealmente, el MEC incluiría en la dimensión cultural del turismo actividades de *Turismo Cultural*, *Turismo Espiritual* y *Turismo Ecológico*. A pesar que no se cuenta con una definición internacional de turismo cultural, el MEC ha propuesto la siguiente: “excursiones personalizadas a otras culturas y lugares con el fin de aprender sobre su gente, estilos de vida, patrimonio y arte de manera informada, que represente en forma genuina sus contextos y valores históricos incluyendo experimentar aquello que es diferente” (Steinberg, 2001). Asimismo, el turismo cultural podría tomar la forma de *Turismo Espiritual* o *Turismo Ecológico*. Estas actividades son consideradas dominios culturales y se han incluido en los dominios A, B y C, o como parte del patrimonio cultural inmaterial. Por ejemplo, la visita de un turista a un sitio del patrimonio o su asistencia a un concierto se incluye en los dominios culturales.

Las estadísticas sobre turismo, inspiradas en el enfoque de la CSC, miden la demanda de los visitantes por bienes y servicios (internacionales o locales), e incluyen gastos por concepto de traslados, alojamientos y otros. Sin embargo, también deberían cubrir estadísticas de carácter no monetario que capturen el número de visitantes y el propósito de la visita. Por lo tanto, a objeto de evitar una contabilización doble, en este dominio se incluyen tanto las actividades de turismo (las relacionadas con guías y operadores turísticos) como las actividades ajenas al sector cultural donde los turistas representen el grueso de la actividad (por ej., los servicios de hospedaje).

H. Deportes y Recreación

Deportes

La definición de *Deportes* contenida en el MEC ha sido ampliada para incluir además de los deportes organizados y/o competitivos, el acondicionamiento y el bienestar físico y las actividades recreacionales. El MEC incluye tanto los deportes profesionales como los de aficionados.

En algunos países, ciertos deportes se encuentran íntimamente relacionados con la identidad cultural, pudiendo estar asociados con estructuras y tradiciones sociales. Un ejemplo de esto es la lucha sumo de Japón. En cambio en otros países, los deportes pueden cumplir una función recreativa o practicarse únicamente como una forma de hacer ejercicio. Por otra parte, un mismo deporte puede tener connotaciones muy distintas según el país. En algunas clasificaciones (Comisión Europea, 2002) la asistencia a eventos deportivos o el simple hecho de verlos en televisión se percibe como una actividad cultural, en tanto que los deportes profesionales no se consideran necesariamente actividades culturales. Estas marcadas diferencias de enfoque, y el consenso de que esta actividad constituye una 'participación' y no un deporte en cuanto a 'producto' o 'sector' – de naturaleza 'cultural' - nos ha llevado a incluir los deportes como una actividad conexas.

Este dominio también incluye la *Recreación*, definida como una actividad que brinda placer o relajación y que divierte, entretiene o estimula. En este dominio también se consideran los Juegos de azar y los Parques de Entretenimiento y Temáticos así como otras actividades de tiempo libre. Se excluyen las actividades físicas recreativas que están consideradas en el dominio *Deportes*.

Juegos de Azar

Bajo el concepto *Juegos de Azar* se incluye toda instalación dedicada esencialmente a prestar servicios de apuestas como son los casinos, las ventanillas de apuestas en los hipódromos, los salones de bingo, los terminales de videojuegos, las agencias de lotería y de apuestas fuera de pista (*off-track*) (ABS, 2001).

En algunos países como el Reino Unido, las loterías, por ejemplo, representan una de las principales fuentes de financiamiento de la cultura. Esto explica por qué los juegos de azar han sido incorporados al MEC aunque como un dominio conexas.

Parques de Entretenimiento y Temáticos

Esta actividad incluye los parques de entretenimiento y temáticos y atracciones similares.

3. Estadísticas culturales: Medición de la dimensión económica

En esta sección se aborda cómo medir algunos aspectos económicos de las actividades culturales mediante el uso de sistemas internacionales de clasificación. Los aspectos económicos de la cultura cubiertos en el MEC representan todas las actividades, servicios y bienes producidos por las industrias culturales a través de procesos industriales o artesanales. Los resultados de este enfoque se ven reflejados en la definición de cada dominio por actividad, bienes y servicios culturales u ocupación, a través de códigos asociados con las distintas funciones del ciclo cultural. La Sección 5 lista todos los códigos relevantes de acuerdo a sus respectivas clasificaciones.

3.1 Uso de clasificaciones internacionales en la medición de la dimensión económica de la cultura

Esta sección examina la utilización de los actuales instrumentos de acopio de datos con el propósito de recabar estadísticas culturales. Estos instrumentos representan sistemas internacionales de clasificación que permiten producir y analizar datos internacionalmente comparables en el ámbito de la cultura. La mayoría de estas clasificaciones proporcionan un marco integral que hace posible el acopio y reporte de estadísticas económicas en un formato diseñado para facilitar el análisis económico, la toma de decisiones y la elaboración de políticas.

Los registros administrativos y las encuestas por muestreo (personales, comerciales o de hogares) actualmente en uso, tienen el potencial de generar una extensa gama de datos culturales que facilitan la medición tanto de la contribución de la cultura a la economía nacional en términos del PIB (Producto Interno Bruto) como de las tendencias del empleo y el consumo cultural. En la actualidad, la mayoría de las oficinas nacionales de estadística (ONE) están en condiciones de generar estadísticas económicas sobre producción y empleo cultural, mediante la reagregación de datos de estadísticas económicas generales obtenidos a partir de encuestas económicas, utilizando para este fin las clasificaciones internacionales estandarizadas (véase la Sección 5). En general, los datos se obtienen de encuestas comerciales e industriales, encuestas de gastos en los hogares, registros comerciales, encuestas de ingresos y empleo y censos de población. Aun cuando estos instrumentos de acopio de datos no están específicamente diseñados para recabar información cultural, permiten realizar un análisis de actividades culturales seleccionadas y de actividades conexas.

Esta sección incorpora el uso de cuatro clasificaciones económicas internacionales. En la Sección 5 de este informe se ofrece una lista pormenorizada:

- i) Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU 4) – para la identificación de industrias o actividades culturales productivas (Sección 5, Cuadro 2);
- ii) Clasificación Central de Productos (CPC 2) – para la identificación de bienes y servicios culturales (Sección 5, Cuadro 2);
- iii) Sistema Armonizado de Descripción y Codificación de Mercancías 2007 (SA 2007) (Sección 5, Cuadro 3) y la Clasificación Extendida de Servicios de la Balanza de Pagos (EBOPS) (Sección 3, Cuadro 1) – para la identificación del comercio internacional de bienes y servicios culturales;

- iv) Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO 08) – para la identificación de ocupaciones culturales (Sección 5, Cuadro 4).

Muchos instrumentos de acopio de datos o encuestas nacionales e internacionales utilizan estos sistemas de clasificación. En general, suele haber concordancia entre los sistemas internacionales de clasificación y los sistemas nacionales o regionales tales como el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), la Clasificación Normalizada de Industrias Australianas y Neozelandesas (ANZSIC) o la Clasificación Estadística de las Actividades Económicas de la Comunidad Europea (CNAE). Si se desea obtener una clasificación por productos se pueden utilizar dos clasificaciones: el Sistema de Clasificación de Productos de América del Norte (SICPAN); y la Clasificación de Productos por Actividad (CPA) para Europa. Habitualmente se dispone de cuadros de correspondencia que es conveniente utilizar para establecer vínculos entre dos clasificaciones distintas¹.

Otro modelo económico extensamente utilizado es el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN). El SCN 08 también es compatible con los códigos CIU 4 y CPC 2. Adicionalmente, el modelo emplea la Clasificación de Gastos de acuerdo a la Clasificación de las funciones del gobierno (CFG); la Clasificación del consumo individual por finalidades (CCIF) y la Clasificación de las finalidades de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (CFISFL). Las actividades culturales identificadas a través del uso de estas clasificaciones se ilustran a continuación.

- a) La CFG se utiliza para medir el gasto público destinado a la cultura. Las principales categorías amplias de la cultura se definen en los siguientes códigos:
- 08.1.0 – Servicios recreativos y deportivos (SI)
 - 08.2.0 – Servicios culturales (SI)
 - 08.3.0 – Servicios de radio y televisión y servicios editoriales (SC)
 - 08.5.0 – Investigación y desarrollo relacionados con esparcimiento, cultura y religión (SC)
 - 08.6.0 – Actividades recreativas, cultura y religión n.e.p. (SC)
- b) La CCIF define la cultura mediante los siguientes códigos:
- 13 – Gasto de consumo individual de las Instituciones sin Fines de Lucro que sirven a los hogares (ISFLSH):
 - 13.3 – Actividades recreativas y culturales
 - 14 - Gasto de consumo individual del gobierno general:
 - 14.3 – Actividades recreativas y culturales.
- c) Los códigos CFISFL relacionados con la cultura son los siguientes:
- 03 – Actividades recreativas y cultura
 - 03.1 – Servicios recreativos y deportivos
 - 03.2 – Servicios culturales

¹ En el registro de clasificaciones de la división de estadística de las Naciones Unidas y en el sitio europeo RAMON se presentan cuadros de correspondencia.
(http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC)

Cabe destacar que una evaluación de la cultura basada exclusivamente en los códigos anteriormente descritos, o en datos del SCN, podría llevar a una subestimación de la contribución que hace la cultura a la economía. Esta es una de las razones que explica que varios países, como Chile y Colombia, hayan comenzado a desarrollar las *Cuentas Satélite de Cultura*. Por ejemplo, el Convenio Andrés Bello (CAB), una organización intergubernamental activa en Colombia y en varios otros países hispanicos, actualmente se encuentran elaborando una metodología para la implementación de cuentas satélite de la cultura que permitirá evaluar la contribución económica que hacen al PIB las industrias y actividades culturales. Este enfoque plantea un gran desafío en cuanto a la valorización e integración de productos y actividades culturales no asociados al mercado. El MEC puede servir de modelo conceptual para el desarrollo de cuentas satélite nacionales promoviendo el uso de determinadas clasificaciones, en especial, la CIIU e CIUO. Este enfoque permite realizar una mejor evaluación financiera de la cultura a través de la utilización de metodologías de contabilidad. Por otra parte, el Marco actual incorpora una visión bastante más amplia de las mediciones y del impacto de la actividad cultural que las cuentas satélite que sólo consideran el impacto económico.

3.2 Identificación de productos culturales y actividades culturales productivas: utilización de la Clasificación Central de Productos (CPC) y la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU)

Esta sección ilustra el uso de la CPC 2 y CIIU 4 con el fin de identificar las actividades culturales productivas. La sección cubre principalmente las primeras cuatro etapas del ciclo de producción: creación, producción, difusión y exhibición/recepción/transmisión.

La etapa consumo/participación refleja los comportamientos económicos y sociales capturados por diversas herramientas estadísticas que y será discutida en la Sección 4. Por ejemplo, los bienes culturales pueden ser producidos sobre una base no comercial a través de una variedad de productores incluyendo instituciones gubernamentales y/o voluntarias, aficionados o grupos ad hoc de artistas y creadores.

Pese a que la CPC aún no es de uso generalizado, su mayor nivel de detalle permite vincularla a la CIIU y mejorar de esa forma la comparabilidad así como identificar con mayor precisión las industrias culturales productivas y sus productos (*véase la Sección 5, Cuadro 2*). Esto es particularmente relevante en caso de datos asociados a los servicios. El principal propósito de la CPC es proporcionar un marco para la comparación internacional de estadísticas relacionadas con productos y servir de guía al desarrollo o revisión de los actuales esquemas de clasificación de productos, con el fin de hacerlos compatibles con los estándares internacionales. El propósito de la CIIU es promover la consistencia al momento de clasificar productos. En principio, la CPC clasifica los bienes o servicios en categorías que normalmente corresponden a una sola industria, según se han definido en la CIIU.

El objetivo de la CIIU es proporcionar una clasificación estandarizada de las diversas actividades productivas a través de un conjunto de categorías que permitan acopiar y presentar estadísticas relacionadas con estas actividades. Este conjunto de categorías de actividades contenidas en la CIIU hace posible la clasificación de instituciones de acuerdo a su actividad económica. La CIIU ofrece una estructura de actividades económicas basada en conceptos, definiciones, principios y reglas internacionalmente reconocidas que garantizan una clasificación consistente y coherente. Adicionalmente, sirve como marco integral para el acopio y reporte de estadísticas económicas en un formato diseñado para facilitar el análisis económico, la toma de decisiones y la elaboración de políticas (Naciones Unidas, 2008).

En términos generales, la CIIU cubre las actividades productivas, es decir, las actividades económicas contempladas en el Sistema de Cuentas Nacionales. Las actividades productivas se definen como la utilización de insumos en la producción de bienes. Una de las principales ventajas asociadas con el uso de la CIIU es que, a diferencia de la CPC, es extensamente utilizada en la mayoría de los países. Sin embargo, la CIIU - que usa códigos de cuatro dígitos - es menos detallada que la CPC. Por consiguiente, algunas actividades culturales suelen presentarse ocultas bajo categorías más amplias o se encuentran agrupadas bajo un código único. Por este motivo, en el Cuadro 2 se muestra la correspondencia entre estas dos clasificaciones. Esta tabla de correspondencia relaciona la actividad productiva con el producto respectivo facilitando la identificación de la porción de una industria más amplia que puede ser atribuible a actividades productivas culturales.

Limitaciones en el uso de la CPC y CIIU

Como se mencionó anteriormente, si bien estas clasificaciones no han sido elaboradas específicamente para el ámbito de la cultura, pueden utilizarse con el fin de realizar un examen preliminar de las actividades y productos culturales.

CPC

La CPC, por el hecho de incorporar nuevas formas de cultura, por ejemplo, los medios digitales incluyendo música descargable y libros electrónicos (*e-books*) según se presentan en el Cuadro 2, hace posible un mejor clasificación. No obstante, ciertos bienes y servicios culturales no pueden identificarse mediante el uso de esta clasificación (o de ninguna otra clasificación internacional). Por ejemplo, en la CPC es más difícil identificar las actividades de educación y capacitación relacionadas con la cultura que en la CIIU 4 (por ej., los códigos 8541 y 8542 que cubren Deportes y *Recreación y Educación y Educación Cultural*, respectivamente), la CIUO 08 o la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) de la UNESCO (UNESCO-UIS, 2006d).

También se dan casos donde los códigos CPC incluyen tanto actividades culturales como no culturales que no pueden ser separadas. En la mayoría de estos casos, éstas se han incluido en el MEC. Sin embargo, esto podía llevar a sobreestimar las actividades culturales objeto de la medición. Por lo tanto, se recomienda que, cuando sea factible, los usuarios de datos separen los aspectos culturales de los no culturales en los respectivos códigos.

CIIU

La Revisión 4 de la CIIU incluye una categoría de información y comunicación (véase el Cuadro 2), diseñada con el fin de reflejar la estructura actual de esta industria. Si bien esta versión mejora la cobertura de las actividades de difusión y cinematográficas, no permite la identificación de aquellas actividades culturales que requieren el uso de Internet, tales como los libros electrónicos (*e-books*) y las descargas de música.

La CIIU no hace una distinción entre las actividades de producción formal e informal, legal o ilegal, vinculadas o no al mercado, que a menudo toman la forma de servicios no relacionados con el mercado. En este sentido, la CIIU propone una agregación alternativa que facilita el análisis y reporte de estadísticas del sector informal, si bien ésta representa sólo una herramienta que permite presentar datos sobre actividades del sector informal en forma estandarizada (Naciones Unidas, 2008).

Asimismo, dado que la CIIU representa una clasificación industrial, no contempla la medición de actividades culturales no industriales. Sin embargo, la utilización de códigos CIIU para medir actividades culturales presenta una dificultad no menor:

En el caso de las *Artesanías*, la CIIU no establece una distinción entre métodos de producción modernos y tradicionales que permitiría la identificación de productos tradicionales o elaborados a mano.

Los dos códigos CIIU que se presentan a continuación son transversales a todas las categorías culturales:

- i) 9000 (*Actividades de Arte Creativo y Entretenimiento*): este código abarca un gran número de actividades creativas asociadas con todos los dominios (del A al F). Mientras que una cooperativa de autores o escritores podría no ser considerada parte de 581x *Publicación*, un enfoque similar podría identificar una empresa o cooperativa de pintores, un cuarteto musical o una famosa banda de rock, con el potencial de generar enormes ingresos.
- ii) 8542 (*Educación Cultural*): este código incluye la educación formal y no formal en actividades culturales como las bellas artes, la arquitectura, la música, la danza, etc. Por consiguiente, no puede ser asignado a un dominio determinado y debe ser considerado como un servicio de capacitación de un sector específico o como empresas e instituciones que emplean medios educativos para promover las actividades culturales del dominio implicado.

Otro código CIIU que ha sido propuesto es el 3220 (*Instrumentos Musicales*), que representa la fabricación de dichos instrumentos. Según el modelo de ciclo cultural, la fabricación de estos instrumentos se considera una actividad cultural dado que forma parte del elemento de producción (insumo) de la expresión artística.

3.3 Comercio cultural internacional: utilización del Sistema Armonizado (SA) y la EBOPS

En esta sección se examina el comercio internacional de bienes y servicios culturales. Los datos sobre flujos de bienes culturales se compilan utilizando la versión 2007 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, conocido simplemente como SA (véase el Cuadro 3) y estadísticas de aduanas desarrolladas por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Por su parte, los datos sobre servicios culturales se derivan del sistema de Clasificación Extendida de Servicios de la Balanza de Pagos (EBOPS). El volumen de flujos culturales de cualquier economía se puede determinar mediante la utilización de estos dos sistemas de clasificación.

Flujos internacionales de bienes culturales

El Sistema Armonizado clasifica los bienes de acuerdo a sus características físicas no de acuerdo al tipo de contenido nacional, valor cultural u otro criterio similar. Lo que hace el SA es capturar los bienes físicos declarados en su paso a través de las fronteras. Por consiguiente, es importante considerar datos sobre bienes en combinación con datos sobre servicios con el fin de obtener una imagen más completa de los flujos culturales. En el Cuadro 3 de la Sección 5 se muestra una lista de códigos relacionados con flujos internacionales. Los códigos del SA se asocian con la 4^o Revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU 4), que si bien ofrece menos detalles es utilizada en las estadísticas aduaneras de un mayor número de países.

Aún así, ciertos dominios culturales son difíciles de medir a partir de estadísticas aduaneras. Por ejemplo, la utilización de códigos SA no permite distinguir entre productos artesanales e industriales. En materia de artesanías sólo se cuenta con los siguientes códigos:

5007	Tejidos o residuos de seda
5111 to 5113	Tejidos de lana cardada o pelo fino
5208 to 5212	Tejidos de algodón
5309 to 5311	Tejidos de hilo de papel
57	Alfombras y otros cobertores de piso de material textil
60	Tejidos de punto

Se debe prestar especial atención en las estadísticas cinematográficas donde generalmente la declaración de valor en aduana sólo se refiere a la copia (*master copy*) y excluye el valor de los derechos de autor. En consecuencia, los datos deben complementarse con información sobre flujos de propiedad intelectual obtenidos de las sociedades de gestión de derechos de autor que acopian datos sobre servicios culturales.

Flujos internacionales de servicios culturales

Los datos sobre el comercio cultural de servicios deben ser compilados de acuerdo a la clasificación más reciente de la EBOPS derivados de la 6^o Versión de la Balanza de Pagos Data (BPM6, FMI, 2008), que también utiliza códigos de la CPC 2 para clasificar los diversos servicios. La EBOPS estará sujeta a cambios durante la revisión del *Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios* (Naciones Unidas, 2002), cuya finalización ha sido programada para el año 2010.

Las transacciones de los servicios en la balanza de pagos se refieren principalmente a la oferta transfronteriza de servicios, cuando el proveedor y el consumidor permanecen en sus respectivos países y los servicios cruzan las fronteras.

La EBOPS, al igual que cualquier otra clasificación internacional, no presenta la cultura como una categoría separada. Asimismo, los servicios culturales se incluyen como ítemes adicionales que no poseen un carácter legal o reglamentario en el sentido que no son acopiados en forma sistemática. Los cambios propuestos a la clasificación programada para el año 2010, deberían proporcionar una mejor medición de los servicios culturales. El **Cuadro 1** se ha basado en un borrador de los códigos revisados, hasta junio de 2009.

La mayoría de los datos de turismo relacionados con los servicios culturales se registran en la sección Viajes y se refieren exclusivamente a visitantes internacionales. Los créditos de viajes comprenden los bienes y servicios que los viajeros, es decir, personas no residentes, adquieren en una economía para su uso propio o para regalo durante su visita. Los débitos de viajes se definen como bienes y servicios que los viajeros adquieren en una economía distinta a la propia para su uso o para regalo. En la EBOPS se incluyen sólo dos partidas para la categoría Viajes: de negocios y personales. La mayor parte del turismo cultural se registra en la categoría Viajes personales que “cubre bienes y servicios adquiridos por personas que viajan al extranjero por motivos que no son de negocios, como vacaciones, participación en actividades recreativas y culturales, visitas a familiares y amigos, y peregrinación” (FMI, 2008).

Cuadro 1. Servicios culturales según se definen con base en códigos EBOPS

BPM6	EBOPS	Rótulos
Core cultural services		
1.A.b.8.	8.4.1	Licencias para reproducir y/o distribuir productos audiovisuales
	8.4.2	Licencias para reproducir y/o distribuir productos relacionados ¹
1.A.b.9.3.	9.3.1	Servicios de agencias de noticias ²
1.A.b.9.3.	9.3.2	Otros servicios informativos ³
1.A.b.10.2.	10.2.2	Publicidad, investigación de mercado y encuestas de opinión
1.A.b.10.3.	10.3.1.1	Servicios de arquitectura
1.A.b.11.1.	11.1.1	Productos audiovisuales
1.A.b.11.1.	11.1.2	Servicios relacionados ⁴
1.A.b.11.2.	11.2.3	Servicios del patrimonio y recreacionales ⁵
Equipamiento y materiales de apoyo		
1.A.b. 8.	8.3	Licencias para reproducir y/o distribuir programas computacionales
1.A.b.9.2	9.2.1	Servicios informáticos
1.A.b.9.2	9.2.2	Otros servicios informáticos
Servicios culturales relacionados⁶		
Turismo		
1.A.b.4.2.3	4.2.3.	Viajes – Otros de naturaleza personal ⁶

Notas:

- ¹ Esta categoría también incluye otras licencias artísticas y literarias como las de artistas, autores, compositores, escultores y otros, por ejemplo, diseñadores escénicos, de disfraces y de iluminación.
- ² Entre los servicios de las agencias de noticias se incluye, además de noticias, fotografías y crónicas a los medios de comunicación.
- ³ Incluye servicios bibliotecarios y de archivos.
- ⁴ Incluye otros servicios culturales.
- ⁵ Los servicios recreacionales se incluyen bajo el Código 11.2.3 – Servicios del patrimonio y recreacionales.
- ⁶ Esta categoría debe incluir todo gasto cultural realizado en el extranjero durante cualquier tipo de viaje (de estudio, negocio o por motivos de salud).

3.4 Empleo cultural: uso de la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO)

Esta sección abarca creadores, productores y distribuidores involucrados en la creación o producción de actividades culturales, en forma individual, grupal o como parte de organizaciones. Estas actividades se pueden categorizar utilizando estadísticas de ocupación contenidas en la clasificación CIUO.

Las siguientes definiciones de ocupaciones culturales se basan principalmente en la Clasificación Normalizada de Ocupaciones Australianas y Neozelandesas (ANZSCO) (ABS y Statistics New Zealand, 2009) y en las definiciones del Marco Canadiense de Estadísticas Culturales, (Statistics Canada, 2004a). Mientras que las definiciones neozelandesas son más amplias, incluyendo actividades de esparcimiento, las definiciones propuestas para este marco se centran exclusivamente en ocupaciones culturales relacionadas con el arte y la creatividad, dentro de los dominios culturales de la UNESCO según se definen en la Figura 2.

Las ocupaciones culturales incluyen iniciativas relacionadas con la producción creativa y artística y la colección y preservación del patrimonio. Estas ocupaciones comprenden tareas y deberes que tienen como finalidad:

- Generar, promover, preservar o reflejar el significado cultural o simbólico y espiritual;
- Crear, producir y difundir bienes y servicios culturales que generalmente cuentan con derechos de propiedad intelectual; y
- La expresión artística (por ej., visual, la música, la escritura, la danza o el arte escénico).

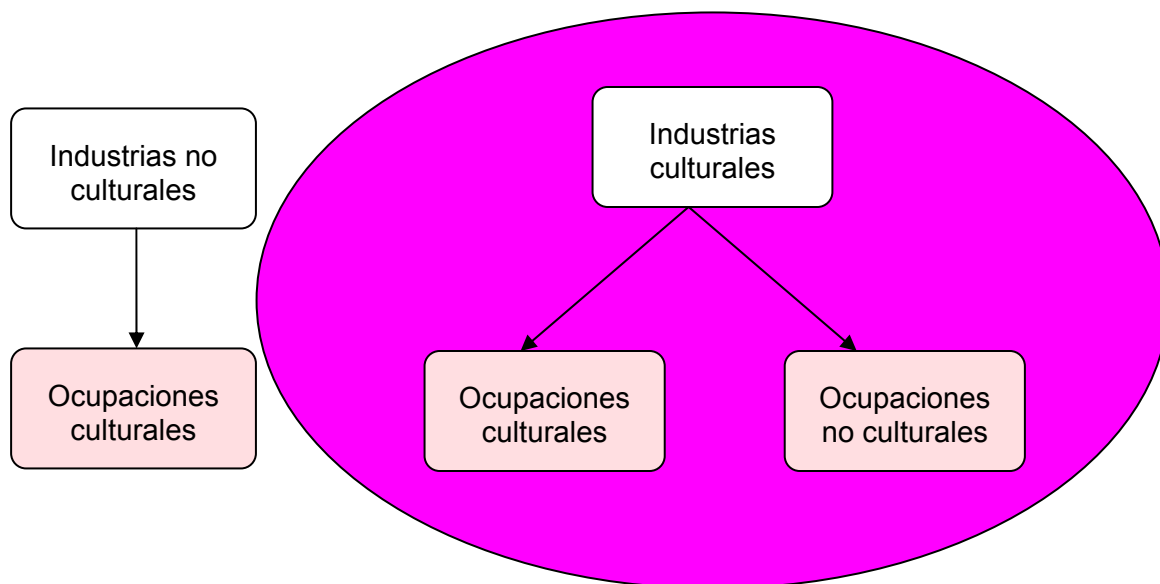
Las definiciones más amplias que abarcan los dominios relacionados (según se definen en la Figura 2), habitualmente se asocian con actividades de esparcimiento como los deportes y viajes. Estos dominios podrían incluir actividades que involucran el uso de destrezas deportivas o actividades físicas de recreación que proporcionan relajación, diversión o recreación.

Medición del empleo cultural

La definición del empleo cultural requiere la inclusión de tanto las ocupaciones en industrias culturales como no culturales, por ejemplo, las actividades asociadas al diseño (véase la **Figura 3**).

La Figura 3 muestra el sector cultural desde la óptica del marco (áreas sombreadas en color gris) destacando los diferentes grupos de ocupaciones culturales tanto formales como informales. Las industrias no culturales sólo serán incluidas al momento de evaluar el empleo cultural, y siempre que éstas incluyan a los trabajadores culturales. Un diseñador de la industria automotriz ilustra un ejemplo de una persona que desempeña una ocupación cultural dentro del sector no cultural.

Figura 3. Empleo cultural



La contribución de las industrias domésticas² al empleo cultural es bastante significativa. En los países en desarrollo, las ocupaciones culturales suelen ser ocupaciones secundarias dado que los trabajadores agrícolas, o de otros rubros, pueden tener una segunda ocupación en el campo artesanal. Con frecuencia, esta información no es declarada o identificada como tal en censos o encuestas laborales. Estas ocupaciones culturales ocultas o ‘insertas’ pueden no incluir el número suficiente de personas como para ser detectados en encuestas por muestreo. En numerosos casos, involucran a individuos que trabajan en forma autónoma o a trabajadores informales empleados por pequeñas empresas de menos de diez personas. A menudo, estas empresas no aparecen reflejadas en las encuestas empresariales. Aparentemente, los empleos culturales y creativos se encuentran sobre representados en las pequeñas empresas y, en este sentido, es probable que incluso las estadísticas europeas subestimen el empleo cultural.

Adicionalmente, las actividades voluntarias y no remuneradas suelen desempeñar una importante función en el empleo cultural. Si duda, se requiere un mayor número de investigaciones metodológicas a objeto de mejorar la evaluación de estas actividades

Al momento de identificar las ocupaciones culturales en industrias no culturales (véase la Figura 3) y con el fin de obtener un valor más exacto del empleo cultural total en un país determinado, es importante combinar datos de empleo utilizando códigos CIUO con datos de industrias utilizando códigos CIU (Cunningham y Higgs, 2008).

Identificación de ocupaciones culturales según la CIUO 08

La CIUO basa su clasificación en dos conceptos: empleo y destreza. El empleo se define en la versión CIUO 08 como “un conjunto de tareas y deberes realizados o por realizar, de una persona para un empleador determinado, incluyéndose el empleo autónomo o por cuenta propia”. La destreza se define como “la habilidad para realizar las tareas y deberes propios de un trabajo específico” (OIT, 2008).

No existen un código exclusivo que englobe todas y cada una de las ocupaciones culturales ya que éstas incluyen diferentes tipos de actividades que requieren destrezas muy distintas. Sin embargo, la CIUO 08 incorpora nuevos códigos de ocupaciones culturales, derivados de una propuesta conjunta que la OCDE y el UIS hicieron a la Organización Mundial del Trabajo (OIT) en el año 2007. Se estima que los nuevos códigos propuestos permitirán una visión más acotada de las ocupaciones culturales.

Los siguientes códigos de ocupaciones culturales clave se utilizan en la CIUO 08 y en el *Marco de Estadísticas Culturales 2009* del UIS. :

- 262 Bibliotecarios, archivistas y conservadores
- 264 Autores, periodistas y lingüistas (nuevo código)
- 265 Artistas y ejecutantes creativos
- 343 Profesionales artísticos, culturales y culinarios
- 3521 Técnicos de transmisión, sonido e imagen
- 73 Trabajadores artesanales y de impresión (nueva categoría, que incluye todo tipo de trabajos artesanales en arcilla, metal, vidrio, madera y textiles)

² Una industria donde la creación de productos y servicios reside en el hogar no en una fábrica.

En el Cuadro 4 de la Sección 5 se propone una lista de códigos que puede servir de base para la definición de ocupaciones culturales. Sin embargo, en lo relativo a la evaluación de las ocupaciones culturales aún quedan temas pendientes. Las ocupaciones culturales están distribuidas en todas las categorías CIUO y, en ocasiones, la clasificación no es lo suficientemente detallada como para establecer una clara distinción entre ellas. Adicionalmente, las ocupaciones pueden no incluir el número suficiente de ejecutantes que permitiría asignarles una categoría separada dentro de esta clasificación. Por ejemplo, es difícil distinguir las ocupaciones culturales dentro de las siguientes categorías principales:

Patrimonio y conservación

Las ocupaciones relacionadas con el patrimonio y la conservación, tales como las desempeñadas por arqueólogos o conservadores de museos no están identificadas en la CIUO, aunque se han incluido bajo el código 2632 (sociólogos, antropólogos, y profesionales afines). Los profesionales activos en este campo habitualmente poseen conocimientos científicos y altos niveles de destreza que pueden ser asociados al Gran Grupo 2 de Profesionales establecido en la CIUO.

Gerentes, funcionarios ejecutivos y legisladores

Respecto de los gerentes, funcionarios ejecutivos y legisladores, sólo el código 1113 (jefes tradicionales y jefes de aldeas) puede relacionarse con las ocupaciones culturales. Sin embargo, es importante considerar la inclusión de ocupaciones como la de director de una empresa de arte, cuando corresponda. Por ejemplo, no existe un código para gerentes y funcionarios asociados con las artes.

Educación

Los profesores asociados con la 'cultura' se incluyen bajo la categoría "Otros profesores", por ejemplo, en los códigos 2354 (otros profesores de música), 2355 (otros profesores de arte) y 2353 (otros profesores de idiomas)³. Sin embargo, en términos generales, esta categoría no incluye a los profesores de artes y humanidades en todos los niveles educativos (educación superior, educación secundaria y vocacional) ya que éstos están contemplados en la categoría de enseñanza formal, no formal y vocacional.

Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Las ocupaciones culturales relacionadas con las TIC incluyen principalmente las ocupaciones audiovisuales y los nuevos medios (diseñador de multimedia). Estas ocupaciones abarcan dos dominios: *Medios Audiovisuales e Interactivos* y *Servicios Creativos*. Sin embargo, en la CIUO 08 no se asigna una categoría específica a gerentes que desempeñan actividades de difusión y multimedia y la producción de gráficos computacionales.

3.5 Medición del patrimonio

Como se mencionó anteriormente, el dominio 'Patrimonio' sigue un patrón diferente al de los otros dominios. La mayoría de las actividades de este dominio se relacionan con la

³ En algunos países, como Australia, los profesores de idiomas se excluyen de la lista de ocupaciones culturales.

preservación y conservación. En este sentido, y desde la perspectiva económica, el patrimonio representa un activo. El valor de los activos puede apreciarse o depreciarse dependiendo de cómo se mantienen. Varios estudios han analizado el valor económico del patrimonio cultural en función de las preferencias del público (Navrud y Ready, 2002). Se ha calculado el valor del uso basado en el monto que alguien está dispuesto a pagar para preservar o visitar un sitio del patrimonio cultural. Estos cálculos también cubren el valor asociado al no uso del patrimonio cultural al indagar cuánto está la persona dispuesta a destinar a la preservación de un activo del patrimonio para su uso por futuras generaciones. Sin embargo, cabe destacar que las técnicas de valoración contingente, o de costo de viaje son difíciles de agregar en valores provinciales o regionales dado el efecto de sustitución (Hoehn y Randall, 1989).

Además de representar un activo económico, el patrimonio cultural es un bien social, ya que incorpora valores estéticos, históricos, sociales, espirituales y educativos. Los sitios del patrimonio material suelen ser las localidades donde se realizan las celebraciones del patrimonio inmaterial. En los países desarrollados, es habitual registrar la asistencia a estos “activos” culturales (monumentos, museos). Sin embargo, establecer la distinción entre las estadísticas de turismo cultural y las de turismo regular requiere un mayor desarrollo. Las encuestas por muestreo sobre visitas de turistas y residentes locales a sitios del patrimonio cultural constituyen una importante herramienta estadística. En los países en desarrollo, este tipo de encuestas pueden ser especialmente rentables y jugar un importante papel en el marco de estadísticas culturales aun cuando pueden plantear ciertas dificultades en términos de distinguir entre los actores y la audiencia.

El rol de los derechos de autor

Los derechos de autor comprenden todas las producciones en el dominio científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión (OMPI, 1979). Entre las obras literarias y artísticas se incluyen libros y otros escritos; las obras dramáticas o dramático-musicales; las obras coreográficas; las obras fotográficas; las obras cinematográficas; los planos arquitectónicos; y las obras de pintura, escultura, grabado, litografía (OMPI, 1979). Por su parte, la UNESCO considera la protección de los derechos de autor y derechos relacionados “esencial para la creatividad individual, el desarrollo de las industrias culturales y la promoción de la diversidad cultural” (UNESCO, 2009a).

La identificación de los bienes y servicios que generan derechos de propiedad intelectual es un componente clave de la contribución que hace la cultura a la economía y tiene la ventaja adicional de estar asociada a un marco legislativo definido. En el MEC, la definición de bienes y servicios culturales considera su potencial de ser sujetos a derechos de autor. Los derechos de autor son aplicables a la mayoría de los elementos constitutivos de cada dominio.

La Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) ha desarrollado pautas que permiten determinar la contribución que hacen a la economía las industrias protegidas por derechos de autor (OMPI, 2003). Su definición de ‘industrias básicas de derechos de autor’ es similar a la definición de dominios culturales adoptada en el MEC, aunque destaca algunas excepciones. La OMPI incluye como parte de sus industrias básicas de derechos de autor los derechos asociados con *software* y bases de datos, no siendo este el caso del MEC. Adicionalmente, la definición de sector cultural de la OMPI difiere de la utilizada en este Marco ya que la primera no cubre áreas como las prácticas culturales y las actividades de museos, que no están sujetas a derechos de propiedad intelectual.

4. Estadísticas culturales: medición de la dimensión social

4.1 Medición de la participación cultural

En la sección anterior, se ilustra el uso de sistemas internacionales de clasificación (CIU, CIUO y SA) como herramientas de acopio de estadísticas culturales. En esta sección se comienza a plantear la medición de la dimensión social de la cultura por considerarse un componente esencial de la cultura y del MEC.

El gran desafío consiste en evaluar la dimensión social de la cultura, que suele darse en el sector informal donde no se realizan transacciones económicas. Algunos aspectos de la dimensión social de la cultura se relacionan con su valor simbólico y con su rol en términos de comunicar un sentido de identidad, valores compartidos y pertenencia, prevenir la exclusión y fortalecer la cohesión y estabilidad social. También se refiere a una dimensión no mercantilizada de la cultura, es decir, aquellas prácticas que típicamente se observan dentro de las comunidades aunque al margen del ámbito económico. Si bien no siempre es fácil medir el aspecto social de la cultura, se cuenta con estándares estadísticos comúnmente aceptados, que pueden aportar al examen de la dimensión social de la cultura.

Las encuestas de hogares y uso del tiempo constituyen importantes fuentes de datos sobre participación social. No obstante, estas encuestas tienen un alto costo y los países tienden a incluir en ellas sólo unas pocas preguntas relacionadas con la cultura y, generalmente, en encuestas diseñadas con otros propósitos. La producción de indicadores internacionalmente comparables y consensuados sobre el aspecto social de la cultura, requerirá un mayor desarrollo, particularmente respecto de las definiciones e instrumentos estandarizados a utilizar. En consecuencia, el actual Marco busca lograr una visión global del modelo social de la cultura y ofrecer pautas generales sobre la metodología estadística que será necesaria para definir el elemento social e identificar definiciones e indicadores relevantes.

Participación cultural

El MEC incorpora todos los elementos de prácticas o participación en actividades culturales, ya sea a través de empleos formales o asistencia a eventos formales (actuaciones en un teatro o sujetas a pago) o informales (eventos comunitarios o familiares) que no implican transacciones monetarias, o a través de actividades culturales en el hogar.

La dimensión económica de la participación cultural puede recogerse mediante instrumentos de acopio de datos diseñados para capturar el gasto de los consumidores en bienes y servicios culturales y de los participantes en actividades culturales pagadas. Típicamente, estos fenómenos se miden utilizando encuestas de actividades o de gasto en el hogar, aunque también se puede recurrir a registros administrativos.

Normalmente, el término 'consumo' se refiere a una actividad que conlleva un pago por parte del consumidor, mientras que el término 'participación' alude a tomar parte en una actividad de aficionados o que no implique remuneración. En la práctica, esta distinción puede ser difícil de establecer dado que los consumidores/participantes pueden tomar parte en actividades informales que requieran un pago en especie o contribuir al costo del evento de diversas maneras. Por ejemplo, un 'consumidor' puede pagar los servicios de un artista proporcionándole alimentación u hospedaje a cambio de sus servicios. Por otra parte, un artista aficionado o informal puede llegar a ser profesional una vez completada su formación artística. En consecuencia, las actividades culturales sociales e informales pueden dar origen a numerosas industrias culturales.

Se han realizado encuestas de participación cultural principalmente en los países de la Unión Europea (UE). El grupo LEG de Estadísticas Culturales (LEG Eurostat, 2000) ha desarrollado un modelo regional que posteriormente se aplicó a la 'serie EuroBarómetro' de encuestas. Desde entonces, se han realizado tres encuestas con la finalidad de acopiar estadísticas sobre la participación del ciudadano europeo en actividades de participación cultural y simultáneamente poner a prueba la aplicabilidad del modelo. En este sentido, Bennett ofrece una definición práctica de la concepción europea de la participación cultural, definiéndola como una actividad que incluye tanto las artes como las acciones de la vida cotidiana asociadas con el disfrute. Bennett habla de "las maneras como las diferencias étnicas manifestadas a través de inclinaciones, valores y comportamientos culturales no sólo inspiran las preferencias artísticas y de los medios, sino, también se encuentran insertas en el ritmo diario de los diferentes estilos de vida, y en las formas en que éstas se conectan con otras características sociales relevantes, por ejemplo, la clase social y el género" (Bennett, 2001).

Por ende, la participación cultural incluye prácticas culturales - que pueden involucrar el consumo y las actividades realizadas al interior de la comunidad - que reflejan la calidad de vida, las tradiciones y las creencias. Asimismo, la participación cultural cubre la asistencia a eventos formales que requieren de un pago, tales como asistir al cine o a un concierto, así como actividades culturales informales de la comunidad y producciones artísticas de aficionados, e incluso actividades cotidianas como podría ser la simple acción de leer un libro. Habitualmente, la participación cultural se mide con relación a la comunidad, el grupo social, la etnicidad, la edad y el género. De igual modo, un análisis basado en el grupo étnico, el grupo social y el género, también sería apropiado para medir la diversidad de expresiones culturales.

Adicionalmente, la participación cultural abarca tanto el comportamiento activo como pasivo, dado que incluye a la persona que escucha un concierto y al aficionado que toca música. El objetivo de las encuestas de participación cultural debiera ser el de evaluar todos los niveles de participación, si bien en ocasiones puede ser difícil distinguir entre el comportamiento activo y pasivo. Por ejemplo, en algunos festivales el mismo individuo puede ser actor (activo, creando e inspirando a los demás) y audiencia (pasivo o buscando inspiración) a la vez. La participación cultural no involucra actividades relacionadas con el empleo, según se definen sobre la base de la ocupación (OIT, 1988). Por ejemplo, la participación cultural incluye a las personas que visitan los museos pero no al guía.

El año 2006, el UIS encargó un informe orientado a implementar el modelo de la UE (EuroBarómetro) en el contexto de las actividades culturales de los países en desarrollo. El informe (UNESCO-UIS, 2006b) define las prácticas culturales de acuerdo a tres categorías:

- i) **Con base en el hogar** (*culture d'appartement*): el número de horas destinadas a ver televisión, escuchar la radio, ver y escuchar sonidos e imágenes grabadas, leer, usar la computadora e Internet.
- ii) **Fuera del hogar** (*culture de sortie*): esta categoría incluye visitas a espacios culturales como el cine, el teatro, conciertos, museos, monumentos y sitios del patrimonio.
- iii) **Fortalecimiento de la identidad** (*culture identitaire*): cubre prácticas culturales de aficionados, afiliación a asociaciones culturales, la cultura popular, étnica y juvenil y las prácticas comunitarias.

Medición de prácticas con base en el hogar

El instrumento típicamente usado para medir las actividades culturales con base en el *hogar* son las encuestas de uso del tiempo. Las encuestas de población por muestreo son adecuadas para medir actividades *fuera del hogar* y el *fortalecimiento de la identidad*.

Como parte de su trabajo de “mejoramiento de la medición de empleos remunerados y no remunerados”, la División de Estadística de las Naciones Unidas (UNSD) ha desarrollado una *Clasificación Internacional de Actividades para Estadísticas sobre el Uso del Tiempo*, de naturaleza preliminar (ICATUS) (Naciones Unidas, 2005). Esta clasificación fue concebida con el objetivo de contribuir al desarrollo de estadísticas de uso del tiempo tanto en países desarrollados como en desarrollo y mejorar la cuantificación de las actividades de producción económica de la mujer. ICATUS es la única clasificación que ofrece una lista exhaustiva de prácticas culturales, incluyendo las prácticas comunitarias. La lista de códigos se presenta en la Sección 5, Cuadro 5.

Las prácticas basadas en el hogar se describen en más detalle utilizando categorías definidas sobre la base de variables contextuales, entre las que se incluyen “localidad”, “modo de transporte”, “para quién” y “con quién”.

La estructura del ICATUS clasifica las actividades de trabajo del SCN en dos grandes divisiones según la unidad institucional que genera el resultado: actividades realizadas por personas en calidad de integrantes del hogar que constituyen un aporte a la producción del hogar; y actividades realizadas por personas que constituyen un aporte a la producción de unidades de sectores no relacionados con el hogar (UNSD, 1998).

La realización frecuente de encuestas de participación cultural requiere disponer de sustanciales recursos. En este Marco se propone que dichas encuestas se limiten a los niveles generales de participación y a registrar el dominio en el cual se lleva a cabo la participación cultural. El uso sistemático de estas encuestas –por ejemplo, medir el nivel de participación en actividades como la música, la danza y la lectura—hará posible examinar diversos temas sociales y vincular la producción cultural informal o de aficionados con actividades de naturaleza más formal. Este vínculo es indispensable para visualizar las áreas clave de comercialización del sector cultural y su impacto en la sociedad.

4.2 Medición del patrimonio cultural inmaterial (PCI)

En esta sección se abordan los elementos básicos que permitirán la medición del patrimonio cultural inmaterial (PCI). Es importante destacar que será preciso desarrollar instrumentos de medición específicos y adaptarlos a las necesidades de cada comunidad, si el objetivo es contribuir a la elaboración de políticas relevantes.

En el contexto del presente marco estadístico, la PCI se ha definido como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –así como instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados con ellos – que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (UNESCO, 2003b, Art. 2). Debido a que el PCI puede manifestarse a través de cualquier dominio cultural en este marco ha sido representado como un dominio transversal.

Ciertos productos del PCI son extremadamente difíciles de medir -ya sea en forma cualitativa o cuantitativa- dado que son inmateriales. Esto no implica que será necesario medir cada expresión del PCI.

Recuadro 1. Directrices sobre encuestas europeas de uso del tiempo⁴

Los principales requerimientos metodológicos son los siguientes:

- La encuesta debe cubrir la totalidad de la población y no concentrarse en un segmento específico de la población. El ideal sería incluir a toda persona de 10 o más años de edad. Si esto no fuera posible, se deberá intentar asegurar la participación de personas de 15 o más años.
- El tamaño de la muestra debe ser tal que pueda garantizar resultados representativos para todas las estimaciones y variables demográficas como edad, género o nivel educativo.
- El diario debería incluir dos días: un día de la semana y otro del fin de semana.
- La Encuesta del Uso del Tiempo (EUT) debe cubrir 12 meses consecutivos. Si esto no fuera factible, el tiempo podría reducirse a una semana completa.
- Se deben utilizar breves intervalos de tiempo (entre 10 y 15 minutos) en el diario.
- En el diario se deben incluir actividades primarias y secundarias. Esto es particularmente importante cuando se cubren hábitos relacionados con los medios de comunicación, por ejemplo, escuchar la radio mientras se maneja un automóvil o mirar televisión mientras se lavan los platos.
- Los encuestados deben usar una extensa lista de códigos de actividades especialmente en conexión con su uso de los medios de comunicación.

Si bien las EUT representan la manera más precisa de medir hábitos asociados con los medios, también son un instrumento de muy alto costo. Una alternativa razonable sería incluir en una encuesta por muestreo de la población preguntas sobre el tiempo destinado a utilizar los medios, que cubriera una semana cualquiera y un día del fin de semana. En este caso, se debería usar una lista pre-codificada de actividades.

Las encuestas por muestreo son apropiadas para medir las categorías *Fuera del hogar* y *Fortalecimiento de la identidad*, ya que ambas se relacionan con prácticas menos comunes y frecuentes. Con el fin de garantizar comparabilidad internacional, las encuestas nacionales deberán cumplir adicionalmente los siguientes criterios metodológicos:

- El período habitual de referencia es de un año. Los respondientes informan sobre su participación en actividades culturales en los últimos 12 meses.
- La unidad final de muestreo debe ser la persona. Se deben evitar las entrevistas indirectas (*proxy*) que generalmente se usan en encuestas de hogares, ya que el encuestado no estará necesariamente al tanto de las actividades culturales de otros miembros del hogar.
- Dentro de lo posible, y particularmente en el caso de comparaciones internacionales, se deben usar encuestas que vayan más allá de la participación cultural, por ejemplo, encuestas sociales de naturaleza general o sobre tiempo libre. Las encuestas orientadas a la cultura tienden a sobrestimar la participación cultural. No obstante, si no se dispone de otros datos, también es posible utilizar los resultados generados por encuestas dirigidas.

Adaptación de las directrices para encuestas sobre el uso del tiempo en países en desarrollo

- Características sociodemográficas: idealmente, las encuestas deben incluir a toda persona de 5 años o más, que es una referencia común de los países en desarrollo para acopiar datos sobre hábitos relacionados con los medios de comunicación. También se deben tomar en consideración las variables demográficas como edad, género o nivel educativo, actividad principal, niveles de ingreso y etnicidad.
- Tamaño de la muestra: el tamaño de la muestra se debe planificar de acuerdo al tamaño y a las características de la población como forma de garantizar su carácter representativo.
- Nomenclaturas y clasificaciones: se recomienda el uso de clasificaciones internacionales de bienes y servicios a objeto de hacer las estadísticas recabadas internacionalmente comparables.
- Trabajo en equipo: el trabajo realizado por las diferentes instituciones activas en el campo de la cultura debe ser coordinado. Con el fin de establecer una sólida encuesta temática, se recomienda crear un equipo de trabajo interdisciplinario conformado por estadísticos, economistas y metodólogos especializados en temas culturales.

⁴ La oficina estadística de la Unión Europea, *Eurostat*, ha publicado completas directrices sobre las Encuestas europeas armonizadas sobre uso del tiempo (*HETUS*). Éstas también están disponibles en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CC-04-007/EN/KS-CC-04-007-EN.PDF

Si el PCI se manifiesta y transmite a través de la música, la narración de cuentos, la danza y otros tipos de representaciones, otras mediciones son posibles. Por ejemplo, encuestas a una escala apropiada (local, regional, nacional) podrían utilizarse para documentar el número de los participantes y actores.⁵ El contenido y modo de transmisión también podrían documentarse por medio de encuestas.

Sin duda, los aspectos inmateriales del patrimonio cultural plantean los mayores desafíos a la medición. Por consiguiente, se requiere un mayor trabajo metodológico con el fin de desarrollar herramientas adecuadas de medición.

Lenguas

Para numerosos países, la lengua representa una variable de gran importancia. La lengua es uno de los vehículos a través del cual se expresa y transmite el patrimonio cultural inmaterial y constituye una forma de comprender el universo y el entorno social y natural de un determinado grupo.

La definición y medición de los idiomas y del número de hablantes aún es objeto de intenso debate. Los lingüistas usan dos criterios en su identificación de lenguas : 1) una lengua se define como una colección de variedades de voces mutuamente inteligibles; y 2) la auto-identificación de grupos, es decir, si dos grupos humanos se ven como personas diferentes, se debe reconocer la existencia de dos lenguas distintas (UNESCO-UIS, 2006c).

Un número significativo de países incluye preguntas sobre las lenguas en sus censos poblacionales. Según los Principios y Recomendaciones para los Censos de Población y Vivienda de las Naciones Unidas (Naciones Unidas, 2007), las estadísticas característicamente acopiadas se relacionan con los siguientes tres tipos de lenguas:

- a) La lengua materna, definida como el idioma habitualmente hablado por los integrantes del hogar durante su primera infancia;
- b) La lengua habitual, definido como la lengua que una persona habla en la actualidad, o con mayor frecuencia, en su hogar; Y
- c) La habilidad de hablar uno o más idiomas designados.

Las estadísticas sobre lenguas permiten, por ejemplo, medir las tendencias que sigue la diversidad lingüística, su prestigio relativo y el número de hablantes de lenguas nativas. La UNESCO (UNESCO, 2003c) ha desarrollado una metodología para evaluar el grado de vitalidad y el peligro de desaparición de las lenguas sobre la base de los siguientes nueve criterios:

- Número absoluto de hablantes;
- Porcentaje de hablantes en la población total;
- Disponibilidad de materiales de lecto-escritura y educación lingüística;
- Respuesta ante los nuevos medios y dominios;
- Tipo y calidad de la documentación;
- Transmisión intergeneracional del lenguaje;
- Actitud de los integrantes de la comunidad hacia su propia idioma;
- Cambios de los dominios del uso del lenguaje; y
- Actitudes y políticas gubernamentales e institucionales sobre el lenguaje, incluyendo su uso y rango oficial.

⁵ En algunos casos, la audiencia y los actores son las mismas personas en diferentes momentos de la presentación.

El *Atlas UNESCO de las Lenguas en Peligro* emplea esta metodología para elaborar mapas de las lenguas en riesgo de desaparecer y rastrear el fenómeno asociado con la desaparición de las distintas formas de patrimonio inmaterial fuentes de diversidad (UNESCO, 2009b)

Medición de prácticas que fortalecen la identidad

Otra forma de medir la dimensión social de la cultura es examinar el impacto social y económico de los eventos culturales.

Colombia ha evaluado el impacto económico, social y cultural de la 'fiesta'. Las fiestas pueden definirse como "construcciones míticas simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y el mundo (cosmogonía) y los imaginarios colectivos y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital, de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas. Se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y tiempo determinados" (Convenio Andres Bello, 2004). La dimensión social y cultural de una fiesta puede analizarse examinando sus diversos componentes:

- Participación social: la presencia activa de sectores y actores de la comunidad en la organización de una fiesta;
- Identidad: la apropiación de la fiesta por parte de la comunidad (identificación cultural y social);
- Diversidad cultural: la representación de diferentes expresiones culturales (tradicional, étnica, experiencias religiosas, expresiones artísticas, recreación) durante la preparación y desarrollo de la fiesta;
- Cohesión social: la integración de los diferentes sectores y actores en la preparación y desarrollo de la fiesta; y
- Apropiación social: las formas personales y sociales en que los grupos y actores sociales se apropian de la fiesta.

Otras dimensiones sociales de la cultura

Los conceptos de 'capital cultural' y 'capital social' pueden ser extremadamente útiles para Respecto de medir la contribución que la cultura hace al desarrollo económico y social. En las palabras de David Throsby, "se puede definir un ítem de capital cultural como un activo que, además del valor económico que pueda poseer, encarna o da origen a un valor cultural. Es decir, a una edificación del patrimonio se le puede asignar un valor como bien inmueble, pero el verdadero valor para las personas o la comunidad probablemente resida en sus elementos estéticos, espirituales o simbólicos, que trascienden el cálculo económico. Estos valores se pueden denominar los 'valores culturales' de la edificación. El capital cultural definido desde esta perspectiva puede existir como un objeto material (edificios, sitios, obras de arte, artefactos, etc.) o inmaterial (ideas, usos, creencias y tradiciones)" (Throsby, 2001).

Recuadro 2: Conocimiento indígena y tradicional

Con frecuencia, el conocimiento local y tradicional se encuentra asociado al conocimiento de las poblaciones indígenas. Uganda ha descrito los conocimientos indígenas como “los conocimientos tradicionales y locales desarrollados en torno a las condiciones específicas de una comunidad indígena de una zona geográfica determinada y al interior de ella” (Uganda, 2006)

La Secretaría General de la Comunidad del Pacífico define el conocimiento local y tradicional como “cualquier forma en que se presente o manifieste el conocimiento tradicional, independientemente de su contenido, calidad o propósito, ya sea material o inmaterial, y que sin estar limitado al texto precedente, incluye:

- a) nombres, cuentos, cánticos, adivinanzas, historias y canciones contempladas en narrativas orales;
- b) arte y artesanías, instrumentos musicales, esculturas, pinturas, tallados, alfarería, mosaicos de terracota, carpintería, utensilios de metal, joyas, tejidos, bordados, hilados, trabajo en caparazones, alfombras, disfraces y textiles;
- c) música, danzas, obras de teatro y literatura, ceremonias, rituales y prácticas culturales;
- d) formas delineadas, partes y detalles de diseños y composiciones visuales; y
- e) formas arquitectónicas.

Constituye un secreto sagrado cualquier conocimiento tradicional o expresión cultural que posea un significado sagrado o secreto de acuerdo al derecho y a las prácticas consuetudinarias de los propietarios tradicionales implicados.

En general, el conocimiento tradicional incluye cualquier conocimiento que:

- a) es o ha sido creado, adquirido o esté inspirado en propósitos económicos, espirituales, rituales, narrativos, decorativos o recreacionales de naturaleza tradicional;
- b) es o ha sido transmitido de generación en generación;
- c) es considerado característico de un grupo, clan o comunidad tradicional en [país de promulgación];
y
- d) se originan y mantienen en forma colectiva”

Fuente: SPC, 2002.

En el Índice de Creatividad de Hong Kong, el capital social se expresa “en términos de confianza, reciprocidad, cooperación y extensas redes sociales...que llevan al enriquecimiento del bienestar colectivo, la expresión social y la participación ciudadana... catalizando el florecimiento de la creatividad individual y colectiva. El capital social se mide a través de nueve dimensiones: confianza generalizada; confianza institucional; reciprocidad; sentido de la eficacia; cooperación; actitud hacia las minorías; adopción de valores modernos; auto-expresión; y participación en actividades sociales” (*Centre for Cultural Policy Research*, 2005).

Indudablemente, será necesario trabajar en otras dimensiones de la cultura que permitan incorporar nuevas áreas de este dominio al Marco, particularmente aquellas relacionadas con sus elementos sociales y su impacto en la sociedad. La relación entre la cultura y el medio ambiente, que en cierta medida está incluida en el dominio *Patrimonio Cultural y Natural*, requiere mayor estudio con especial énfasis en la sustentabilidad. Adicionalmente, la relación entre la cultura y el bienestar ha sido un importante tema de debate que, a su vez, ha llevado a discutir la relación que existe entre la cultura y la salud. Los temas como la salud y el medio ambiente, en su sentido más amplio, se extienden bastante más allá de la cultura y es probable que en este caso el debate se centre más bien en los vínculos entre la cultura y otros dominios estadísticos. Esto podría incluir el impacto potencial de la práctica de una actividad cultural, por ejemplo, tocar un instrumento musical, en la condición general de salud de la persona (Michalos, 2003 y 2005).

5. Acopio de datos: Cuadros de códigos internacionales de codificación

En esta sección se listan los códigos de las clasificaciones internacionales descritas en la sección anterior. Cada actividad, bien, servicio, ocupación o práctica productiva se define sobre la base de un dominio y una función del ciclo cultural. Sin embargo, esto no implica que exista la factibilidad de definir cada clasificación de dominio o etapa del ciclo cultural. Por ejemplo, dado que las clasificaciones CIIU, CPC, SA y EBOPS se relacionan con la economía, estos códigos culturales cubren principalmente desde la etapa de creación hasta la etapa de exhibición. Por su parte, la clasificación ICATUS cubre la participación.

Cada código debiera aparecer sólo una vez. Para los propósitos de correspondencia entre la CIIU y la CPC (Cuadro 2), un mismo código CIIU puede mostrarse en diferentes dominios. Sin embargo, si se utilizan códigos CIIU para evaluar el tamaño de las industrias culturales, éstos deben ser contabilizados una sola vez. Los códigos en cursiva y los designados con un asterisco deben utilizarse solamente si es posible hacer la distinción entre actividades culturales y no culturales.

Cuadro 2. Actividades productivas y bienes y servicios culturales definidos con arreglo a códigos CPC 2 y CIU 4

DOMINIOS CULTURALES						
Dominio	Actividades productivas¹			Bienes y servicios		
	CIU 4		Descripción	CPC 2		Descripción
A. Patrimonio Cultural y Natural	9000		Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	38962		Sellos de correos o timbres fiscales, matasellos postales, sobres de primer día de emisión, sobres postales con franqueo impreso y artículos análogos; colecciones de interés zoológico, botánico, mineralógico, anatómico, histórico, etnográfico o numismático; antigüedades
	9102	4	Actividades de museos y gestión de lugares y edificios históricos	96411 96412		Servicios relacionados con museos excepto sitios y edificios históricos Servicios de conservación de sitios y edificios históricos
	9103		Actividades de jardines botánicos y zoológicos y reservas naturales	96421 96422		Servicios relacionados con jardines botánicos y parques zoológicos Servicios relacionados con reservas naturales, incluida la conservación de la flora y la fauna
	4774	5	Venta al por menor de artículos de segunda mano	621**	6	Servicios comerciales al por menor en tiendas no especializadas
B. Presentaciones y Celebraciones²	9000	7	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	96210		Servicios de promoción y organización de espectáculos artísticos
				96220		Servicios de producción y presentación de espectáculos artísticos
				96230		Servicios de operación de instalaciones para espectáculos artísticos
				96290		Otros servicios relacionados con las artes escénicas y los espectáculos en vivo
				96310		Servicios relacionados con actores
	95997	Asociaciones culturales y recreacionales (excepto de deportes o juegos)				
	3220		Fabricación de Instrumentos musicales	38310		Pianos y otros instrumentos de teclado con cuerdas
				38320		Otros instrumentos musicales de cuerda
				38330		Instrumentos musicales de viento (incluso órganos de tubos, acordeones e instrumentos metálicos de viento)
				38340		Instrumentos musicales cuyo sonido se produce o debe amplificarse eléctricamente
38350				Otros instrumentos musicales (incluso instrumentos de percusión, cajas de música y orquestriones); reclamos; silbatos, cuernos de llamada y otros instrumentos de boca para llamada y señales		
38360	Partes y accesorios para instrumentos musicales; metrónomos, diapasones y artículos análogos de todas clases					
5920		Actividades de grabación de sonido y edición música	32520		Partituras impresas o manuscritas	
			47610		Discos y cintas musicales, y otros soportes físicos	
			96111		Servicios de grabaciones sonoras	
			96112		Servicios de grabación en vivo	
			96113		Grabaciones sonoras originales	
			84321		Descargas musicales de audio	
73320	Servicios de concesión de licencias relativas al derecho a utilizar originales literarios, acústicos y relacionados con espectáculos					
					8	

	4762		Venta al por menor de grabaciones de música y de vídeo en comercios especializados	62242		Servicios comerciales al por menor de equipos de radio y televisión y discos y cintas de vídeo grabadas en almacenes especializados
C. Artes Visuales y Artesanías³	9000	9	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	38961		Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías originales; obras originales de arte escultórico y estatuuario, de cualquier material
	7420	10	Actividades de fotografía	83811 83812 83813 83814 83815 83819 83820 38942 38941		Servicios de retratos fotográficos Publicidad y servicios fotográficos conexos Servicios de reportajes fotográficos de actualidad Servicios de fotografía especializada Servicios de restauración, copia y retoque de fotografías Otros servicios fotográficos Servicios de procesamiento fotográfico Placas y películas fotográficas impresionadas y reveladas, excepto películas cinematográficas Placas, películas, papeles, cartulinas y tejidos fotográficos, impresionados pero sin revelar
	5819		Otras actividades de edición	32540		Imágenes, diseños y fotografías impresas
	3211		Fabricación de joyas y artículos conexos	38220 38240 38210	11	Perlas de cultivo, piedras preciosas o semipreciosas sintéticas o reconstruidas (excepto diamantes industriales) Joyas y otros artículos de metales preciosos o de metales enchapados con metales preciosos; artículos de perlas naturales o de cultivo o de piedras preciosas o semipreciosas Perlas, naturales o de cultivo, sin elaborar
	7220		Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades	81229	12	Servicios de investigación y desarrollo experimental relacionados con otras humanidades
	9101		Actividades de librerías y archivos	84510 84520		Servicios bibliotecarios Servicios de archivo
D. Libros y Prensa	5811		Edición de libros	32210 32220 32291 32292 32299 32510 32511 32530 47691 47692 84311 89110		Libros educativos, impresos Libros de referencia general, impresos Libros profesionales, técnicos y académicos, impresos Libros infantiles, impresos Otros libros, n.c.p., impresos Manufacturas cartográficas de todas clases, no en forma de libros o folletos Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, planos topográficos y esferas, impresos, no en forma de libros o folletos Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres Libros de audio en cintas, discos u otros soportes físicos Texto sobre disco, cinta u otros soportes físicos Libros 'en línea' Servicios editoriales, a comisión o por contrato

E. Medios Audiovisuales e Interactivos	5813		Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	32300		Diarios, revistas y publicaciones periódicas, publicados por lo menos cuatro veces por semana
				32410		Diarios y publicaciones periódicas de interés general, impresos, excepto los de publicación diaria,
				32420		Diarios comerciales, profesionales o académicos, impresos, excepto los de publicación diaria
				32490		Otros diarios y publicaciones periódicas, impresos, excepto los de publicación diaria
				84312		Periódicos y publicaciones periódica en línea
	5819		Otras actividades de edición	84399		Otros contenidos en línea n.c.p.
	4761		Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados	62251		Servicios comerciales al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio en tiendas especializadas
				62151		Servicios comerciales al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio en tiendas no especializadas
				62451		Otros servicios comerciales al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio sin intervención de tiendas de venta
				62551		Servicios comerciales al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio a comisión o por contrato
			62351		Servicios comerciales al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio por pedido postal	
6391		Actividades de agencias de noticias	84410		Servicios de agencias de noticias a periódicos y publicaciones periódicas	
6399		Otras actividades de servicios de información n.c.p.	85991		Otros servicios de información	
4649*	13	Venta al por mayor de otros enseres domésticos *	61251		Servicios comerciales al por mayor prestados a comisión o por contrato, de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio	
			61151		Servicios comerciales al por mayor, excepto los prestados a comisión o por contrato, de libros, revistas, periódicos y artículos de escritorio	
9000	14	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	96320	15	Servicios prestados por compositores, escultores y otros artistas, excepto los actores	
			96330	15	Obras originales de autores, compositores y otros artistas excepto actores, pintores y escultores	
E. Medios Audiovisuales e Interactivos	5820		Edición de programas informáticos (software)	38582		Cartuchos de <i>software</i> para consolas de videojuegos
				47822		<i>Software</i> para juegos de computadora, empaquetados
				84391		Juegos en línea
	5911		Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión	38950		Películas cinematográficas impresionadas y reveladas, que tengan o no banda sonora o que consistan solamente en banda sonora
				47620		Contenidos de películas y videocintas en discos, cintas u otros soportes físicos
				84331		Descargas de películas y videos
84332				Contenido de video en tiempo real (<i>streaming</i>)		
			96121		Servicios de producción de películas cinematográficas, cintas de vídeo y programas de televisión	
			96123		Originales de películas cinematográficas, videocintas y programas de radio	

	5912	Actividades de postproducción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión	96131 96132 96133 96134 96135 96136 96139	Servicios de montaje audiovisual Servicios de transferencia y duplicación de originales Servicios de corrección de colores y restauración digital Servicios de efectos visuales Servicios de animación Servicios de doblaje e incorporación de títulos y subtítulo Otros servicios de post-producción
	5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión	96140	Servicios de distribución de películas, videocintas y programas de radio y televisión
	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música	96137 47699 84322	Servicios de diseño y montaje sonoro Otros discos y cintas de audio no musicales Contenido corriente de audio
	5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo	96150 96152	Servicios de proyección de películas Servicios de proyección de videocintas
	6010	Transmisiones de radio	84611 84621 96122	Programas de radio originales Programas de canales de emisoras radiales Servicios de producción de programas de radio
	6020	Programación y transmisiones de televisión	84612 84622 84631 84632 84633 84634	Programas de televisión originales Programas de canales televisivos Servicios de difusión de radio y televisión (programación y emisión) Servicios de distribución de programas a hogares, paquete de programa básico Servicios de distribución de programas a hogares, paquete de programa discrecional Servicios de distribución de programas a hogares, pago-por-venta
	6312	Portales web	84394	Contenido de búsquedas en portales Internet
	7722	Alquiler de cintas de vídeo y discos	73220	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de cintas de video
	6391	Actividades de agencias de noticias	84420	Servicios de agencias de noticias a los medios audiovisuales
	4762	Venta al por menor de grabaciones de música y de vídeo en comercios especializados	62542 62242	Servicios comerciales al por menor de equipo de radio y televisión, instrumentos musicales y discos Servicios comerciales al por menor de equipo de radio y televisión, discos y cintas grabadas en tiendas especializadas
	4791	Venta al por menor por correo o por Internet	62342	Servicios comerciales al por menor de equipo de radio y televisión, instrumentos musicales y discos, partituras y cintas grabadas por pedido postal

F. Diseño y Servicios Creativos	7410	16	Actividades especializadas de diseño	83911 83919 83920		Servicios de diseño de interior Otros servicios especializados de diseño Originales de diseño
	7110		Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica	32550 83211 83212 83213 83214 83231 83232 73390	17 18	<i>Planos y dibujos de arquitectura o ingeniería y otros planos y dibujos para fines industriales, comerciales y topográficos o fines análogos, originales, trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículos</i> Servicios de asesoramiento en arquitectura Servicios de asesoramiento en arquitectura para proyectos mobiliarios residenciales Servicios de asesoramiento en arquitectura para proyectos mobiliarios no residenciales Servicios de arquitectura y restauración histórica Servicios de asesoramiento en arquitectura paisajista Servicios de arquitectura paisajista Servicios de concesión de licencias para el derecho de usar otros productos de propiedad intelectual
	7310		Publicidad	83611 83619		Servicios integrales de publicidad Otros servicios de publicidad
	DOMINIOS TRANSVERSALES					
Educación Cultural ¹⁹	8522*		<i>Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional *</i>			
	8530*		<i>Enseñanza superior *</i>	92911		Servicios de educación cultural
	8542		Enseñanza cultural			

Notas:

- 1 El código CIIU 7490 *Otras actividades profesionales, científicas y técnicas* n.c.p., incluye aquellas actividades realizadas por agentes y agencias en nombre de personas privadas, que usualmente implican la obtención de un rol en películas, producciones teatrales, u otras actividades de esparcimiento o deportivas, y la colocación de libros, obras teatrales, obras de arte, fotografías, etc. Sin embargo, dado que esta actividad es minoritaria dentro de este código, no forma parte del MEC.
- 2 La música es algo problemática ya que lógicamente abarca el dominio "Audiovisual" y el dominio "Presentaciones artísticas y Celebraciones". En esta categoría se incluyen actividades asociadas con la música grabada. Sin embargo, cuando estos códigos combinan actividades de audio, video y difusión, las actividades relacionadas con distribución al por mayor o por menor se incluyen en el dominio "Audiovisual".
- 3 Artesanía: la forma en que la CIIU cubre las actividades industriales hace imposible medir la artesanía. El código 1392 'Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles excepto prendas de vestir' incluye: fabricación de tapices tejidos a mano. El código 2826 'Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos textiles, prendas de vestir y cueros' incluye: máquinas hiladoras (telares) incluso telares manuales. CPC: la CPC no ofrece soluciones reales ante la dificultad de medir la actividad artesanal utilizando clasificaciones estadísticas. Es decir, en general los productos se definen por su forma o tipo (por ej., 'estatuillas y otros artículos de cerámica' o 'alfombras y otros textiles para cubrir pisos') y no por su método de producción (por ej., artesanal, o industrial). Por lo tanto, nuestro enfoque consiste en utilizar códigos sólo si los materiales empleados y/o los tipos de producto permiten concluir que la actividad involucrada tiene una alta probabilidad de ser artesanal y no de producción masiva.
- 4 Excluye la restauración de obras de arte y objetos que forman partes de colecciones de museos (en 9000).

- 5 Incluye ventas al por menor de antigüedades. No se incluye el código 4773 "Actividades de galerías comerciales, de antigüedades, actividades de casas de subasta (minorista)", dado que su alcance es demasiado amplio.
- 6 Incluye los servicios de casas de subasta minoristas. La CPC no tiene un código que cubra exclusivamente productos de segunda mano.
- 7 Producción de presentaciones teatrales en vivo, conciertos, óperas y otras producciones escénicas; actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas; actividades de artistas individuales, tales como músicos, autores y actividades de productores o empresarios de eventos artísticos en vivo con o sin instalaciones.
- 8 Al igual que otras clasificaciones, la CPC muestra una amplia cobertura de las actividades audiovisuales. Sin embargo, persisten algunas dudas sobre la capacidad de esta clasificación para recoger estas actividades en forma completa y precisa. Claramente, el código 73320 'Servicios de concesión de licencias relativas al derecho a utilizar originales literarios, acústicos y relacionados con espectáculos', cubre tanto las actividades audiovisuales como otras pertenecientes a distintos dominios culturales. Sería necesario realizar estudios empíricos país por país para determinar una forma más eficiente de designar actividades de esta clase a los distintos dominios.
- 9 Incluye las actividades de escultores, pintores, profesionales de la animación, aguafuertistas, grabadores, etc., y restauración de obras de arte como pinturas etc.
- 10 Las actividades de distribución relacionadas con la fotografía (minorista y mayorista) no están lo suficientemente desagregadas en la CPC ya que se encuentran combinadas con 'Equipos ópticos y de precisión'. Por consiguiente, estos códigos han sido omitidos de los dominios culturales.
- 11 Las perlas sólo se consideran en conexión con joyas y artesanías.
- 12 Incluye servicios de investigación y desarrollo experimental relacionados con historia, filosofía, artes, religión, teología, etc.
- 13 Incluye la venta mayorista de útiles de escritorio, libros, revistas y periódicos.
- 14 Incluye actividades de escritores y periodistas independientes.
- 15 Este es un código algo problemático ya que, si bien claramente cubre a los autores, también cubre muchos otros tipos de actividades individuales de creación cultural. Se requiere realizar investigación país por país para establecer una mejor asignación de las actividades incluidas en esta clase.
- 16 Incluye: diseño de modas relacionado con textiles, vestuario, calzado, joyas, mobiliario, otros tipos de decoración interior y otros bienes relacionados con la moda y con insumos del hogar; 'actividades de diseño gráfico'; actividades de decoración interior. También es necesario evaluar el segmento relacionado con actividades de arquitectura. Los códigos CIU no establecen una distinción entre las diversas actividades (por ej., paisajismo, restauración de edificaciones históricas, etc.).
- 17 El código 32550 ' Planos y dibujos de arquitectura o ingeniería y otros planos y dibujos para fines industriales, comerciales y topográficos o fines análogos, originales, trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículos relacionados con planos y dibujos de arquitectura' sólo debe ser incluido si el país no está en condiciones de distinguir entre productos culturales y no culturales.
- 18 Esta subclase comprende: 'servicios de concesión de licencias para el derecho de utilizar otros productos de propiedad intelectual, por ejemplo, planos de arquitectura e ingeniería, diseños industriales, etc.
- 19 Incluye la educación y capacitación cultural relacionada con la producción de obras teatrales en vivo, conciertos, ópera o producciones de baile y otras producciones escénicas. Actividades de grupos, circos o empresas, orquestas o bandas; Actividades de artistas individuales tales como músicos, autores; y actividades de productores o empresarios de eventos artísticos en vivo con o sin instalaciones.

DOMINIOS RELACIONADOS				
Dominio	Actividades productivas		Bienes y servicios	
	CIIU 4	Descripción	CPC 2	Descripción
G. Turismo	4911*	Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril *	64131	Servicios de turismo por vía férrea
	4922*	Otras actividades de transporte de pasajeros por vía terrestre *	64132	Servicios de turismo terrestre, excepto por vía férrea
	5011	Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje	64133	Servicios de turismo marítimo
	5110	Transporte de pasajeros por vía aérea	64134	Servicios de turismo aéreo
	5510	Actividades de alojamiento para estancias cortas	63111	Servicios de alojamiento para viajeros, con servicio doméstico diario
			63112	Servicios de alojamiento para viajeros, sin servicio doméstico diario
			63113	Servicios de alojamiento para viajeros en régimen de tiempo compartido
			63114	Servicios de alojamiento para viajeros en albergues de juventud y <i>bungalows</i>
	5520	Actividades de campamentos, parques de vehículos recreativos y parques de caravanas	63120	Servicios de camping
			63130	Servicios de aparcamientos para caravanas
	7911	Actividades de agencias de viajes	85511	Servicios de reserva para transporte aéreo
			85521	Servicios de reserva para alojamiento
85523			Servicios de reserva para cruceros	
85524			Servicios de reserva para circuitos combinados	
7912	Actividades de operadores turísticos	85540	Servicios de operadores turísticos	
7990	Otros servicios de reserva y actividades conexas	85512	Servicios de reserva para transporte ferroviario	
		85513	Servicios de reserva para transporte en bus	
		85514	Servicios de reserva para transporte para alquiler de vehículos	
		85519	Otros servicios de transporte y reservas, n.c.p.	
		85539	Servicios de reservas para actos; servicios de entretenimiento y recreación, y otros servicios de reservas	
		85550	Servicios de guía de turismo	
		85561	Servicios de fomento del turismo	
85562	Servicios de información para visitantes			
	5520	Actividades de campamentos, parques de vehículos de recreo y parques de caravanas	63130	Servicios de aparcamientos para caravanas
	7721	Alquiler y arrendamiento de equipo recreativo y deportivo	73240	Servicios de renta o alquiler de equipo de recreo y esparcimiento
	9311	Gestión de instalaciones deportivas	96520	Servicios de explotación de instalaciones para deportes de competición y para deportes de esparcimiento
	9312	Actividades de clubes deportivos	96512	Servicios de clubes deportivos

H. Deportes y Recreación	9319	Otras actividades deportivas	96511 96590 96610 96620	Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición Otros servicios deportivos y esparcimiento Servicios de atletas Servicios de apoyo relacionados con deportes y esparcimiento
	9200	Actividades de juego de azar y apuestas	96921 96929	Servicios de juegos de azar en línea Otros servicios de apuesta y juegos de azar
	9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	96910	Servicios relacionados con parques de atracciones e instalaciones similares
	9329	Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.	96990 96930	Otros servicios de esparcimiento y diversión n.c.p.. Servicios de máquinas recreativas que funcionan con monedas
	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	97230	Servicios de bienestar físico
	8541	Enseñanza deportiva y recreativa	92912	Servicios de educación deportiva y recreativa

EQUIPAMIENTO Y MATERIALES DE APOYO DE DOMINIOS CULTURALES						
Dominio	Actividades productivas			Bienes y servicios		
	CIIU 4		Descripción	CPC 2		Descripción
B. Presentaciones artísticas y Celebraciones	1820		Reproducción de grabaciones	89123		Servicios de reproducción de grabaciones, a comisión o por contrato
	3290*		Otras industrias manufactureras n.c.p.	38991		Artículos para festivales, carnaval y otras diversiones, incluidos los artículos de magia y de broma
	2640*		<i>Fabricación de aparatos electrónicos de consumo</i>	47321	1	Aparatos de grabación o reproducción
C. Artes Visuales y Artesanías	2022*		<i>Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas*</i>	35120		Colores para la pintura artística, la enseñanza y la pintura de rótulos, colores para modificar los matices, colores para el esparcimiento y productos similares
	2670*		<i>Fabricación de instrumentos ópticos y equipo fotográfico *</i>	46520		Bombillas de ""flash"", cubos de ""flash"" y materiales análogos para fotografía
				48321		Objetivos para cámaras, proyectores o ampliadoras o reductoras fotográficas
				48322		Cámaras fotográficas (incluso cinematográficas)
48324					Dispositivos para la producción de destellos fotográficos; ampliadoras fotográficas; aparatos para laboratorios fotográficos n.c.p.; negatoscopios, pantallas de proyección	
2029*		<i>Fabricación de otros productos químicos n.c.p..*</i>	48341		Placas y películas fotográficas(excepto las cinematográficas , películas de impresión instantánea, sensibilizada y sin impresionar	
			48342		Preparaciones químicas para uso en fotografía	
D. Libros y Prensa	5813		Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	83631		Venta de espacio publicitario en medios impresos (excepto a comisión)
	1811		Impresión	89121		Servicios de impresión
	1812		Actividades de servicios relacionadas con la impresión	89122		Servicios de impresión anexos
				32800		Planchas o cilindros de impresión y otros elementos de impresión
2829*		<i>Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial *</i>	44914		Maquinaria para la encuadernación; maquinaria para la impresión en offset y similares (excepto de oficina)	

E. Medios Audiovisuales e Interactivos	2610*	<i>Fabricación de componentes y tableros electrónicos *</i>	45281	Tarjetas de sonido, vídeo, red y similares para ordenadores para computadoras
	2620	Fabricación de ordenadores y equipo periférico	45221	Computadoras portátiles de peso igual o inferior a 10 kg; tales como <i>notebooks</i> y artículos similares
			45222	Agendas electrónicas y artículos similares
			45230	Computadoras incluidas las que contengan en la misma carcasa al menos, una unidad central de proceso, una unidad de entrada y una de salida, combinadas o no
			45240	Computadoras presentadas en forma de sistema
			47550	Dispositivo de memoria no volátiles transistor izados
			45250	Otros tipos de computadoras incluidos los que contengan en la misma carcasa uno o dos de los tipos de unidades siguientes: unidad de memoria, unidad de entrada y unidad de salida
			45261	Periféricos de entrada (teclados, <i>joysticks</i> , mouse etc.)
			45271	Unidades fijas de memoria
			45272	Unidades removibles de memoria
			45289	Otros tipos de computadoras
			45290	Partes y accesorios de equipos informáticos
			47314	Pantallas y proyectores sin aparatos de televisión y que no son utilizados principalmente en computadoras
			47315	Pantallas y proyectores, utilizados principalmente en computadoras
			88742	Servicios de fabricación de computadoras y periféricos
2630	Fabricación de equipo de comunicaciones	47211	Emisores de radio o televisión con aparato receptor incorporado	
		47212	Emisores de radio o televisión con aparato receptor no incorporado	
		47213	Cámaras de televisión	
		47403	Partes para los productos incluidos en las subclases 47211 a 47213, 47311 a 47315 y 48220	

	2640*	<i>Fabricación de aparatos de electrónicos de consumo *</i>	47214	Cámaras de vídeo y otros aparatos de grabación o reproducción de sonido
			47311	Receptores de radiodifusión (excepto para automóviles) que funcionen con o sin aparatos de grabación o reproducción de sonidos o reloj
			47312	Receptores de radiodifusión que sólo funcionen con una fuente de energía exterior, del tipo utilizado en automóviles
			47313	Televisores, incluso combinados con receptores de radiodifusión o aparatos de grabación o reproducción de sonido o imágenes
			47323	Cámaras de vídeo y otros aparatos de grabación o reproducción de sonido
			47330	Micrófonos y sus soportes; altavoces; auriculares, incluso combinados con un micrófono; amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; aparatos eléctricos para amplificación del sonido
			47402	Partes y piezas de los productos de las subclases 47321, 47323 y 47330
	2670*	<i>Fabricación de instrumentos ópticos y equipo fotográfico *</i>	47215	Cámaras digitales
			38581	Consolas de videojuegos
			48323	Proyectores cinematográficos; proyectores de diapositivas; proyectores de imágenes fijas, excepto lectores de micro formatos
	2680*	<i>Fabricación de soportes magnéticos y ópticos *</i>	47530	Soportes magnéticos, sin grabar, excepto tarjetas con banda magnética
			47540	Soportes ópticos sin grabar
			47910	Tarjetas con banda magnética
	3290*	<i>Otras industrias manufactureras n.c.p. *</i>	47590	Otros soportes para grabación, incluyendo matrices y originales para la producción de discos
	5820	Edición de programas informáticos	47812	Programas informáticos (software) de redes, empacados
			47814	Programas informáticos (software) de herramientas de desarrollo y programación de idiomas, empacados
			47829	Otras aplicaciones de software, empacadas
			73311	Servicios de concesión de licencias para el derecho de usar software informático
			83143	Originales de programas informáticos (software)
			84341	Sistema de descarga de software
84342			Aplicaciones para descarga de software	
84392	Programas informáticos (software) en línea			
6201	Actividades de programación informática	83141	Servicios de diseño y desarrollo de tecnologías de la información para aplicaciones	

	6202		Actividades de consultoría informática y actividades de administración de medios informáticos	83142 83161	Servicios de diseño y desarrollo de tecnologías de la información para redes y sistemas Servicios de administración de redes
	6020		Actividades de programación y difusión televisiva	83632	Venta de espacio publicitario en radio o televisión (excepto a comisión)
	6110		Actividades de telecomunicaciones por cable	84210 84221 84222	Servicios básicos de Internet Servicios de acceso de banda estrecha a Internet Servicios de acceso de banda estrecha a Internet
	6120		Actividades de telecomunicaciones inalámbricas	84290	Otros servicios de telecomunicaciones en Internet por cable
	6311*	2	<i>Procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas *</i>	83151 83152 83159	Servicios de <i>hosting</i> de servidores de páginas web Prestación de servicios de aplicaciones Otros servicios de <i>hosting</i> de servidores y suministro de infraestructuras de tecnologías de la información
	6312		Portales Web	83633	Venta de espacio publicitario en Internet (excepto a comisión)
	7730*		<i>Alquiler de otros tipo de maquinaria, equipo y mercancías tangibles *</i>	73124 73210	Servicios de arriendo o alquiler de computadoras son operador Servicios de arriendo o alquiler de televisiones, radios, reproductoras de video cassettes y equipos y accesorios conexos
	4742		Venta al por menor de equipo de audio y video en almacenes especializados	62242	Servicios de venta al por menor de equipos de radio y televisión y discos y cintas de grabaciones de audio
	4651 4652*	3	Venta al por mayor de computadoras, equipo informático periférico y programas informáticos <i>Venta al por mayor de equipo electrónico de telecomunicaciones y de sus partes y piezas*</i>	61184 61185	Computadoras y programas informáticos (<i>software</i>) Equipos electrónico y de telecomunicaciones y sus partes y piezas
	9511		Reparación de computadoras y equipo periférico	87130	Servicios de mantención y reparación de computadoras y equipos periféricos
	3320*		<i>Instalación de maquinaria y equipo industrial *</i>	87340	Servicios de instalación de radios, televisiones y maquinarias y equipo de comunicaciones
	6209		Otras actividades del servicio de tecnología de información	87332	Servicios de instalación de computadoras personales y equipos periféricos
F. Diseño y Servicios Creativos	7310		Publicidad	83620 83639	Compra o venta de espacio o tiempo publicitario, a comisión Compra o venta de otros espacios o tiempos publicitarios (excepto a comisión)

Notas:

- 1 Sólo debe incluir aparatos de grabación de música.
- 2 No debe incluir el procesamiento de datos de actividades conexas.
- 3 Incluye "Venta al por mayor de grabaciones de audio y video, CDs, DVDs". Adicionalmente, el código abarca la venta al por mayor de aparatos electrónicos: equipos de radio y televisión; reproductores y grabadores de CD y DVD; equipos estereofónicos y consolas de videojuegos.

EQUIPAMIENTO Y MATERIALES DE APOYO DE DOMINIOS RELACIONADOS					
Dominio	Actividades productivas			Bienes y servicios	
	CIU 4		Descripción	CPC 2	Descripción
H. Deportes y Recreación	1410*		Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel *	28228 28236	Buzos de atletismo, trajes de esquiar, trajes de baño y otras prendas, de punto o ganchillo n.c.p. Buzos de atletismo, trajes de esquiar, trajes de baño y otras prendas, de tejidos que no sean de punto o ganchillo
	2829*		Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial *	38600	Tiovivos, columpios, barracas de tiro al blanco y demás atracciones de ferias
	1520*		Fabricación de calzado *	29420 29490	Zapatillas de tenis, zapatillas de baloncesto, zapatillas de gimnasia, zapatillas de entrenamiento y zapatillas análogas Otro calzado para deportes, excepto botas de patinar sobre hielo
	3012		Construcción de embarcaciones de recreo y deporte	49410 49490	Embarcaciones de vela no inflables, con motor auxiliar o sin él Otras embarcaciones para recreo o deportes; botes de remos y canoas
	3230		Fabricación de artículos de deporte	38410 38420 38430 38440 38450 29410	Esquíes para nieve y otro equipo para esquiar sobre nieve; patines para hielo y patines de ruedas Esquíes acuáticos, acuaplanos o tablas hawaianas, tablas de vela y otro equipo para deportes acuáticos Artículos y equipo para gimnasia o atletismo Otros artículos y equipo para deportes o para juegos al aire libre Cañas y otros artículos para pescar con sedal; redes de pesca, cazamariposas y redes similares Botas de esquiar, botas para planchas de nieve y calzado de esquiar a campo traviesa
	4763		Venta al por menor de artículos de deporte en almacenes especializados	62255	Servicios comerciales al por menor de artículos de deporte (incluidas las bicicletas) en tiendas especializadas
	4290*		Construcción de otros proyectos de ingeniería civil *	53270	Instalaciones deportivas y de esparcimiento al aire libre
	4791*		Venta al por menor a través de pedido por correo o vía Internet *	62355	Servicios comerciales al por menor de artículos de deporte (incluidas las bicicletas) por pedido postal

Cuadro 3. Comercio internacional de bienes y servicios culturales definido con arreglo a los códigos del Sistema Armonizado (SA) 2007

BIENES CULTURALES					
Dominio	SA 07	Descripción		SITC 4	Descripción
A. Patrimonio Cultural y Natural					
Antigüedades	970500	Colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tengan interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático		89650*	Colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tengan interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático
	970600	Antigüedades de más de cien años		89660	Antigüedades de más de cien años
B. Presentaciones artísticas y Celebraciones					
Instrumentos Musicales	830610	Campanas, campanillas, gongos y artículos similares		69952	Campanas, campanillas, gongos y artículos similares, y partes de ellos que no sean eléctricas, de metal común
	920110 920120 920190	Pianos verticales Pianos de cola clavecines y demás instrumentos de cuerda con teclado (excepto pianos)		89813	Pianos, incluso automáticos; clavecines y demás instrumentos de cuerda con teclado
	920210 920290	Los demás instrumentos musicales de cuerda (por ejemplo: guitarras, violines, arpas) de arco Guitarras, arpas y los demás instrumentos musicales de cuerda (excepto instrumentos con teclado y de arco).		89815	Los demás instrumentos musicales de cuerda (por ejemplo: guitarras, violines, arpas)
	920510 920590	Instrumentos musicales de viento (por ejemplo: clarinetes, trompetas, gaitas) Instrumentos musicales de viento (excepto instrumentos llamados «metales»)		89823	Los demás instrumentos musicales de viento (por ejemplo: clarinetes, trompetas, gaitas)
	920600	Instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas, maracas)		89824	Instrumentos musicales de percusión (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas, maracas)
	920710	Instrumentos de teclado (excepto los acordeones)		89825	Instrumentos de teclado (excepto los acordeones), en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (por ejemplo, órganos)
	920790	Acordeones e instrumentos musicales sin teclado, en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente		89826	Instrumentos musicales, n.e.p., en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse eléctricamente (por ejemplo, guitarras, acordeones)
	920810 920890	Cajas de música Orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales; reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o aviso		89829	Cajas de música, orquestriones, organillos, pájaros cantores, sierras musicales y demás instrumentos musicales; reclamos de cualquier clase; silbatos, cuernos y demás instrumentos de boca, de llamada o aviso

Medios grabados¹	852321		Tarjetas con tira magnética incorporada			
	852329		Soportes magnéticos para grabar sonidos o grabaciones análogas (excepto, tarjetas con tira magnética incorporada y los productos del capítulo 37)	89842		Soportes magnéticos
	852351		Memorias transistorizadas no volátiles			
	852359		Soportes semiconductores, sin grabar, para grabar sonidos o grabaciones análogas	89846		Soportes semiconductores
	852380		Discos para tocadiscos y demás soportes para grabar sonido o grabaciones análogas, grabados, incluso las matrices y moldes galvánicos para fabricación de discos	89849		Los demás discos, cintas, memoria transistorizada no volátil, tarjetas inteligentes y demás soportes para grabar sonido o grabaciones análogas, grabados, incluso las matrices y moldes galvánicos para fabricación de discos (excepto los productos del grupo 882)
490400		Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada	89285		Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada	
C. Artes Visuales y Artesanías						
Pinturas	970110		Cuadros, pinturas y dibujos hechos totalmente a mano, (excepto los dibujos de la partida 4906 y artículos manufacturados decorados a mano); collages y cuadros similares	89611		Pinturas, dibujos y pasteles
	970190		Collages y cuadros similares	89612		Collages y cuadros similares
	491191	2	Estampas, grabados y fotografías	89287		Estampas, grabados y fotografías
Otras artes visuales	970200		Grabados, estampas y litografías originales	89620		Grabados, estampas y litografías originales
	970300		Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia	89630		Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia
	392640		Estatuillas y demás objetos de adorno, de plástico	89399*		Los demás objetos de plástico, n.e.p.
	442010		Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera			
	442090		Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera	63549*		Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera no comprendidos en la división 82
	691310		Estatuillas y demás objetos de adorno de porcelana	66621		Estatuillas y demás objetos de adorno de porcelana
	691390		Estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica. n.e.p. (excepto los de porcelana).	66629		Las demás estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica
	701890		Artículos de vidrio incluyendo estatuillas	66593*		Cuentas de vidrio, imitaciones de perlas, de piedras preciosas o semipreciosas y artículos similares de abalorio y sus manufacturas (excepto la bisutería); ojos de vidrio (excepto los de prótesis); estatuillas y demás artículos de adorno, de vidrio trabajado al soplete (vidrio ahilado) (excepto la bisutería); micro esferas de vidrio con un diámetro inferior o igual a 1 mm.

	830621	Estatuillas y demás artículos de adorno de metal común, plateados, dorados o platinados	69782*	Estatuillas y demás artículos de adorno de metal común; marcos para fotografías, grabados o similares, de metal común; espejos de metal común
	830629	Estatuillas y demás artículos de adorno de metal común, no plateados, dorados o platinados (excepto obras de arte, piezas de colección y antigüedades)		
	960110	Marfil trabajado y sus manufacturas	89911*	Marfil, hueso, concha (caparazón) de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y demás materias animales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias (incluso las obtenidas por moldeo)
	960190	Marfil, hueso, concha (caparazón) de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y demás materias animales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias (incluso las obtenidas por moldeo)		
Artesanía	580500	Tapicería tejida a mano (gobelinos, Flandes, Aubusson, Beauvais y similares) y tapicería de aguja	65891	Tapicería tejida a mano (gobelinos, Flandes, Aubusson, Beauvais y similares) y tapicería de aguja (por ejemplo: de <i>petit point</i> , de punto de cruz), incluso confeccionadas
	580610	Cintas: Cintas de terciopelo, de felpa, de tejidos de chenilla o de tejidos con bucles del tipo toalla	65611	Cintas de terciopelo, de felpa, de tejidos de chenilla o de tejidos con bucles del tipo toalla
	580620	Cintas: Las demás cintas, con un contenido de hilos de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso	65612	Las demás cintas, con un contenido de hilos de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso
	580631 580632 580639	Cintas: Las demás cintas de algodón Cintas: Las demás cintas de fibras sintéticas o artificiales Cintas: Las demás cintas de las demás materias textiles	65613	Las demás cintas
	580640	Cintas sin trama, de hilados o fibras paralelizados y aglutinados	65614	Cintas sin trama, de hilados o fibras paralelizados y aglutinados
	580810 580890	Trenzas en pieza; artículos de pasamanería y artículos ornamentales análogos, en pieza, sin bordar (excepto los de punto); Las demás trenzas en pieza; artículos de pasamanería y artículos ornamentales análogos, en pieza, sin bordar (excepto los de punto);	65632	Trenzas en pieza; artículos de pasamanería y artículos ornamentales análogos, en pieza, sin bordar (excepto los de punto); bellotas, madroños, pompones, borlas y artículos similares
	580900	Tejidos de hilos de metal y tejidos de hilados metálicos o de hilados textiles metalizados de la partida 5605, de los tipos utilizados en prendas de vestir, tapicería o usos similares	65491	Tejidos de hilos de metal y tejidos de hilados metálicos o de hilados textiles metalizados de la partida 651.91, de los tipos utilizados en prendas de vestir, tapicería o usos similares, n.e.p.
	581010	Bordados en pieza, tiras o motivos con fondo recortado	65651	Bordados en pieza, tiras o motivos con fondo recortado
	581091 581092 581099	Bordados en pieza, tiras o motivos: los demás bordados de algodón Bordados en pieza, tiras o motivos: los demás bordados, de fibras sintéticas o artificiales Bordados en pieza, tiras o motivos: los demás bordados, de las demás materias textiles	65659	Los demás bordados en pieza, tiras o motivos

	581100	Productos textiles acolchados en pieza,	65740	Productos textiles acolchados en pieza, constituidos por una o varias capas de materia textil combinadas con una materia de relleno y mantenidas mediante puntadas u otra forma de sujeción. n.e.p.
	600240	Tejidos de punto de anchura no superior a 30 cm., con un contenido de hilados de elastómeros superior o igual al 5 % en peso, sin hilos de caucho	65521	Los demás tejidos de punto, de anchura inferior o igual a 30 cm., no impregnados, revestidos o estratificados
	600290	Los demás tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm., con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso		
	600310	Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm., de lana o pelo fino		
	600320	Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm., de algodón		
600330	Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm., de fibras sintéticas			
600340	Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm., de fibras artificiales			
600390	Otros tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm.			
	600410	Tejidos de punto de anchura superior a 30 cm., con un contenido de hilados de elastómeros superior o igual al 5 % en peso, sin hilos de caucho	65522	Los demás tejidos de punto, de anchura superior a 30 cm., con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso, no impregnados, revestidos o estratificados
	600490	Otros tejidos de punto de anchura superior a 30 cm., con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso		
Joyas	711311	Artículos de joyería y sus partes de plata, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	89731	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (excepto relojes y estuches para relojes)
	711319	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)		
	711320	Artículos de joyería y sus partes de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común		
	711411	Artículos de orfebrería y sus partes de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	89732	Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso, incluso revestidos o chapados de metal precioso (distintos a los productos de la partida 897.31)
	711419	Artículos de orfebrería y sus partes, de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)		
	711420	Artículos de orfebrería y sus partes de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común		
	711610	Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas	89733	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)
711620	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)			
Fotografía	370510	Placas y películas, fotográficas, impresionadas y reveladas (excepto las cinematográficas [filmes]) para la reproducción offset	88260*	Placas y películas, fotográficas, impresionadas y reveladas (excepto las cinematográficas)
	370590	Placas y películas, fotográficas, impresionadas y reveladas (excepto para la reproducción offset)		
D. Libros y Prensa				
Libros	490110	Libros, folletos e impresos similares , incluso en hojas sueltas o plegadas	89215	Libros, folletos e impresos similares , incluso en hojas sueltas o plegadas
	490191	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos	89216	Diccionarios y enciclopedias, no en hojas sueltas
	490199	Libros, folletos e impresos similares	89219	Los demás libros, folletos e impresos similares excluyendo hojas

Diarios	490210	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad, que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo	89221	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad, que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo
	490290	Los demás diarios y publicaciones periódicas	89229	Los demás diarios y publicaciones periódicas, incluso ilustrados o con publicidad
Otros Materiales Impresos	490300	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear	89212	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear
	490591	Manufacturas cartográficas de todas clases en forma de libros o folletos	89213	Manufacturas cartográficas de todas clases en forma de libros o folletos
	490510	Manufacturas cartográficas de todas clases en forma de esferas	89214	Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, planos topográficos y esferas, impresos, no en forma de libros o folletos
	490599	Las demás manufacturas cartográficas de todas clases		
	490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones	89242	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres
	491000	Calendarios de cualquier clase impresos, incluidos los tacos de calendario	89284	Calendarios de cualquier clase impresos, incluidos los tacos de calendario)
E. Medios Audiovisuales e Interactivos				
Filmes y Videos	370610	Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente de anchura superior o igual a 35 mm.	88310	Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente de anchura superior o igual a 35 mm.
	370690	Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente de anchura < 35 mm.	88390	Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente
	950410	Videojuegos de los tipos utilizados con receptor de televisión	89431	Videojuegos utilizados con receptor de televisión
F. Servicios de Diseño y Creativos				
Arquitectura y diseño	490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico) de los planos, dibujos o textos antes mencionados	89282*	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico) de los planos, dibujos o textos antes mencionados
BIENES CULTURALES RELACIONADOS				
G. Turismo³				
H. Deportes y Recreación⁴				

Notas:

- 1 Incluye soportes grabados y sin grabar. Algunos deben ser excluidos y otros incluidos en la categoría Ampliada.
- 2 Los diseños deben ser excluidos de esta categoría e incluidos en el Dominio F 'Servicios de Diseño y Creativos'.
- 3 Los bienes culturales adquiridos por turistas se han incluido en sus respectivos dominios (del A al F).
- 4 No cubre productos deportivos y recreacionales. Las prácticas culturales se consideran parte de la cultura. Todos los productos deportivos y recreacionales se consideran como materiales de equipamiento.

EQUIPAMIENTO Y MATERIALES DE APOYO de BIENES CULTURALES					
B. Presentaciones artísticas y Celebraciones					
Celebración	950510		Artículos para fiestas de Navidad	89445	Los demás artículos para fiestas de Navidad
	950590		Artículos para fiestas, carnaval u otras diversiones, incluidos los de magia y artículos sorpresa, n.e.p.	89449	Los demás artículos para entretenimientos
	950810	5	Circos y zoológicos ambulantes	89460*	Tiovivos, columpios, casetas de tiro y demás atracciones de feria; circos, zoológicos y teatros, ambulantes
Música	851920		Aparatos de grabación de sonido activados con monedas, billetes, tarjetas, fichas o cualquier otro medio de pago	76331	Aparatos activados con monedas, billetes, tarjetas, fichas o cualquier otro medio de pago
	851930		Giradiscos (tocadiscos)	76335	Giradiscos (tocadiscos)
	851810		Micrófonos y sus soportes	76421	Micrófonos y sus soportes
	851821		Un altavoz (altoparlante) montado en su caja	76422	Altoparlantes montados en sus cajas
	851822		Varios altavoces (altoparlantes) montados en una misma caja		
	851829		Los demás micrófonos y sus soportes	76423	Altoparlantes, no montados en sus cajas
	851830		Auriculares, incluidos los de casco, y demás auriculares, incluso combinados con micrófono y juegos o conjuntos constituidos por un micrófono y uno o varios altavoces (altoparlantes)	76424	Auriculares, incluidos los de casco, y juegos de micrófono y altavoces (altoparlantes) combinados
	851840		Amplificadores eléctricos de audiodiferencia	76425	Amplificadores eléctricos de audiodiferencia
	851850		Equipos eléctricos para amplificación de sonido	76426	Equipos eléctricos para amplificación de sonido
	920930		Cuerdas armónicas	89890	Partes y accesorios de instrumentos musicales (por ejemplo, mecanismos de cajas de música, tarjetas perforadas, discos y rollos para aparatos mecánicos de instrumentos musicales); metrónomos y diapasones de cualquier tipo
	920991		Partes y accesorios de pianos		
	920992		Partes y accesorios de instrumentos musicales de la partida 9202		
920994		Partes y accesorios de instrumentos musicales de la partida 9207			
920999		Partes y accesorios para instrumentos musicales (por ejemplo, mecanismos de cajas de música, tarjetas, discos y rollos para aparatos mecánicos) de instrumentos musicales; n.e.p., metrónomos y diapasones de cualquier tipo			
C. Artes Visuales y Artesanías					
Fotografía	370120	6	Películas autorrevelables	88220*	Placas y películas planas, fotográficas, sensibilizadas, sin impresionar, excepto las de papel, cartón o textiles; películas fotográficas planas autorrevelables, sensibilizadas, sin impresionar, incluso en cargadores
	370130		Las demás placas y películas planas en las que por lo menos un lado sea superior a 255 mm.		
	370191		Placas y películas planas, fotográficas, sensibilizadas, sin impresionar para fotografía en colores (policroma)		
	370199		Placas y películas planas, fotográficas, sensibilizadas, sin impresionar, excepto las de papel, cartón o textiles; (excepto películas para rayos X y placas fotográficas, películas planas de cualquier tamaño > 255 mm. y películas autorrevelables)		

	3702	7	Películas fotográficas en rollos, sensibilizadas, sin impresionar, excepto las de papel, cartón o textiles	88230*	Películas fotográficas en rollos, sensibilizadas, sin impresionar, excepto las de papel, cartón o textiles; películas fotográficas autorrevelables en rollos, sensibilizadas, sin impresionar
	3703	8	Papel, cartón y materias textiles, fotográficos, sensibilizados, sin impresionar	88240*	Papel, cartón y materias textiles, fotográficos, sensibilizados, sin impresionar
	370400		Papel, cartón y materias textiles, fotográficos, sensibilizados, pero sin revelar	88250	Papel, cartón y materias textiles, fotográficos, sensibilizados, pero sin revelar
	370710		Emulsiones para sensibilizar superficies	88210	Preparaciones químicas para uso fotográfico (excepto los barnices, colas, adhesivos y preparaciones similares); productos sin mezclar para uso fotográfico, dosificados o acondicionados para la venta al por menor para uso fotográfico y listos para su empleo
	370790		Las demás preparaciones químicas para uso fotográfico		
	9006	9	Cámaras fotográficas; accesorios	8811*	Cámaras fotográficas; aparatos y dispositivos, incluidos las lámparas y tubos, para la producción de destellos en fotografía (excepto las lámparas y tubos de descarga del subgrupo 778.2); sus partes y accesorios
	901010		Aparatos y material para revelado automático de película fotográfica, película cinematográfica (filme) o papel fotográfico en rollo o para la impresión automática de películas reveladas en rollos de papel fotográfico	88135	Aparatos y material para laboratorios fotográfico o cinematográfico, incluidos los aparatos para proyectar o realizar esquemas (trazas) de circuitos sobre superficies sensibilizadas de material semiconductor, n. e. p.; negatoscopios; pantallas de proyección
	901050		Los demás aparatos y material para laboratorios fotográfico o cinematográfico; negatoscopios		
901060		Pantallas de proyección			
901090		Partes y accesorios de aparatos y material para laboratorios fotográfico	88136	Partes y accesorios de aparatos y materiales de la partida 881.35	
D. Libros y Prensa					
	844314		Máquinas y aparatos para imprimir, tipográficos (excepto las máquinas y aparatos, flexográficos)	72661	Máquinas y aparatos para imprimir
	844315		Máquinas y aparatos para imprimir, distintas a los alimentados con bobinas (excepto las máquinas y aparatos, flexográficos)		
	834316		Máquinas y aparatos para imprimir, flexográficos	72663	Máquinas y aparatos para imprimir, flexográficos
	834317		Máquinas y aparatos para imprimir, heliográficos (huecograbado)	72665	Máquinas y aparatos para imprimir, heliográficos (huecograbado)
E. Medios Audiovisuales e Interactivos					
Audiovisuales	852110		Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (vídeos), de cinta magnética	76381	Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (vídeos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado de cinta magnética
	852190		Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (vídeos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado (excepto de cinta magnética y videocámaras)	76384	Los demás aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (vídeos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado
	852550		Aparatos emisores	76431	Aparatos emisores
	852560		Aparatos emisores con aparato receptor incorporado	76432	Aparatos emisores con aparato receptor incorporado
	852580		Cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras	76484	Cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras

Audiovisuales	8527	Aparatos receptores de radiotelefonía, radiotelegrafía o radiodifusión, incluso combinados en la misma carcasa con grabador o reproductor de sonido o con reloj	762	Aparatos receptores de radiotelefonía, radiotelegrafía o radiodifusión, incluso combinados en la misma carcasa con grabador o reproductor de sonido o con reloj
	8528	Monitores, proyectores que no incorporan aparatos receptores de televisión; aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o de grabación o reproducción de sonido o imagen, incorporado	761	Aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o de grabación o reproducción de sonido o imagen, incorporado
	9007	Cámaras y proyectores cinematográficos, incluso con grabador o reproductor de sonido incorporados	8812	Cámaras y proyectores cinematográficos, incluso con grabador o reproductor de sonido incorporados; sus partes y accesorios.
	900820	Lectores de microfilmes, microfichas u otros micro formatos, incluso copiadores	88131	Lectores de microfilmes, microfichas u otros micro formatos, incluso copiadores
	900810	Proyectores de imagen fija	88132	Proyectores de imagen fija, n.e.p.
	900830	Los demás proyectores de imagen fija	88133	Amplificadoras o reductoras, fotográficas
	900840	Amplificadoras o reductoras, fotográficas	88133	Amplificadoras o reductoras, fotográficas
900890	Partes y accesorios de proyectores de imagen fija, partida 9008	88134	Partes y accesorios de materiales comprendidos desde la partida 881.31 hasta la partida 881.33	
Computadoras y equipamiento relacionado	847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos	75220	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, al menos, por una unidad central de proceso, un teclado y un visualizador
	847141	Las demás máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos que incluyan en la misma carcasa, al menos, una unidad central de proceso y, aunque estén combinadas, una unidad de entrada y una de salida	75230	Las demás máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos
	847149	Las demás máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos presentadas en forma de sistemas		
	847150	Unidades de proceso (excepto las de las subpartidas 8471 41 u 8471 49), aunque incluyan en la misma carcasa uno o dos de los tipos siguientes de unidades: unidad de memoria, unidad de entrada y unidad de salida		
	847160	Unidades de entrada o salida, incluso con unidades de memoria en la misma carcasa	75260	Unidades de entrada o salida, incluso con unidades de memoria en la misma carcasa
	847170	Unidades de memoria	75270	Unidades de memoria
	847180	Las demás unidades de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos	75280	Las demás unidades de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos
	847330	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	75997	Partes y accesorios (excepto los estuches, fundas y similares) identificables como destinados, exclusiva o principalmente, a las máquinas o aparatos del grupo 752.

Notas:

- 5 Incluye sólo circos y zoológicos ambulantes (excluye el código 950890).
- 6 Excluye placas y películas para rayos X (código 370110).
- 7 Excluye películas fotográficas en rollos para rayos X (código 370210).
- 8 Sólo incluye fotografía.
- 9 Excluye cámaras diseñadas para usos especializados, por ejemplo, cámaras para exámenes médicos (código 900630).

EQUIPAMIENTO Y MATERIALES DE APOYO de BIENES RELACIONADOS					
G. Turismo					
	890110		Transatlánticos,	79328	Transatlánticos, barcos para excursiones (de cruceros) y barcos similares concebidos principalmente para transporte de personas; transbordadores de todo tipo
H. Deportes y Recreación					
Deportes	950611		Esquí	89473	Esquí para nieve y demás artículos para práctica del esquí de nieve
	950612		Fijadores de esquí		
	950619		Artículos para práctica de deportes de invierno (excepto esquís y fijadores de esquí)		
	950621		Deslizadores de vela	89474	Esquí acuáticos, tablas, deslizadores de vela y demás artículos para práctica de deportes acuáticos
	950629		Esquí acuáticos, tablas y demás artículos para práctica de deportes acuáticos (excepto deslizadores de vela)		
	950631		Palos de golf	89475	Artículos para golf
	950632		Pelotas de golf		
	950639		Artículos para golf (excepto pelotas y palos completos)		
	950640		Artículos y material para tenis de mesa	89479	Productos deportivos, n.e.p.
	950661		Pelotas de tenis		
950662		Inflables			
950669		Las demás pelotas (excepto las pelotas de golf y de tenis de mesa)			
950699		Los demás artículos y material para cultura física			
950651		Raquetas de tenis	89476	Raquetas de tenis, bádminton o similares, incluso sin cordaje	
950659		Raquetas de bádminton o similares, incluso sin cordaje (excepto raquetas de tenis y paletas de tenis de mesa)			
950670		Patines para hielo y patines de ruedas	89472	Patines para hielo y patines de ruedas (incluido el calzado con patines fijos)	
950691		Artículos y material para cultura física	89478	Artículos y material para cultura física, gimnasia o atletismo.	
Deportes y recreación	890310		Embarcaciones inflables para deportes o recreación	79311	Embarcaciones inflables (incluso botes a remo y canoas)
	890391		Barcos de vela	79312	Barcos de vela, no inflables, con o sin motor auxiliar
	890392		Barcos de motor	79319	Botes a remo, canoas y embarcaciones para deportes o recreación no inflables, n.e.p.
	890399		Los demás		
	950890	10	Tiovivos, columpios, casetas de tiro y demás atracciones de feria; teatros, ambulantes	89460	Tiovivos, columpios, casetas de tiro y demás atracciones de feria; circos, zoológicos y teatros, ambulantes
Juegos de azar	950490		Mesas para juegos de casino, artículos para juegos de bolos automáticos, y los demás artículos para salas de juego, juegos de mesa o salón, incluidos los juegos con motor o mecanismo (excepto los activados con monedas, billetes de banco, fichas o demás artículos similares, billares, videojuegos video para usar con un receptor de televisión y naipes)	89439	Artículos para salas de juego, juegos de mesa o salón, n.e.p.

Nota:

10 Excluye circos y zoológicos ambulantes (9508.10).

Cuadro 4. Ocupaciones culturales definidas con arreglo a códigos CIUO 08

OCUPACIONES CULTURALES				
Dominio	Función	CIUO 08		Descripción
A. Patrimonio Cultural y Natural	Creación	2632	1	Sociólogos, antropólogos, y profesionales afines
	Difusión	3433		Técnicos de galerías, bibliotecas y museos
	Exhibición/Transmisión	1349	2	Gerentes de servicios profesionales, n.c.p.
		2133	3	Profesionales de protección del medio ambiente
Archivística/Preservación	2621	4	Archivistas y curadores	
	Creación	2659	5	Artistas creativos e interpretativos n.c.p.
B. Presentaciones artísticas y Celebraciones	Producción	2652		Músicos, cantantes y compositores
		2653		Bailarines y coreógrafos
		7312		Fabricantes y afinadores de instrumentos musicales
	Educación/Capacitación	2310	6	Profesores universitarios y de educación superior
		2320	6	Profesores de enseñanza vocacional
2354			Otros profesores de música	
C. Artes Visuales y Artesanías	Creación	2651		Artistas visuales
		3118		Delineantes y dibujantes técnicos
	Producción	3431		Fotógrafos
		7313		Joyereros, orfebres y plateros
		7314		Alfareros y afines
		7315		Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores de vidrio
		7316		Redactores de carteles, pintores decorativos y grabadores
		7317		Artesanos en madera, cestería y materiales similares
		7318		Artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares
		7319		Artesanos, n.c. p.
		7522		Ebanistas y afines
		7531		Sastres, modistos, peleteros y sombrereros
		7532		Patronistas y cortadores de tela y afines
		7533		Costureros, bordadores y afines
		7534		Tapiceros, colchoneros y afines
7535		Apelambradores, pellejeros y curtidores		
7536		Zapateros y afines		
7549		Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios, n.c.p.		

	Educación/Capacitación	2310	7	Profesores de universidades y de la enseñanza superior
		2320	7	Profesores de formación profesional
		2330	7	Profesores de enseñanza secundaria
		2355	8	Otros profesores de artes
D. Libros Prensa	Creación	2641		Autores y otros escritores
	Producción, difusión	2642		Periodistas
		2643		Traductores, intérpretes y lingüistas
Archivística/Preservación	2622		Bibliotecarios documentalistas y afines	
	4411		Empleados de bibliotecas	
E. Medios Audiovisuales e Interactivos	Producción	2513		Desarrolladores Web y multimedia
		2654		Directores de cine, de teatro y afines
		2655		Actores
		3435	9	Otros profesionales de nivel medio en actividades culturales y artísticas
Difusión	2656		Locutores de radio, televisión y otros medios de comunicación	
Educación/Capacitación	2310	10	Profesores universitarios y de educación superior	
	2320	10	Profesores de enseñanza vocacional	
F. Servicios de Diseño y Creativos	Creación	2161		Arquitectos
		2162		Arquitectos paisajistas
		2163		Diseñadores de productos y de prendas
		2164		Urbanistas e ingenieros de tránsito
		2165		Cartógrafos y agrimensores
		2166		Diseñadores gráficos y multimedia
	3432		Diseñadores y decoradores de interior	
	Producción	3118		Delineantes y dibujantes técnicos
	Difusión	1222		Gerentes de publicidad y relaciones públicas
		2431		Profesionales de marketing y publicidad
Educación/Capacitación	2310	11	Profesores universitarios y de educación superior	
	2320	11	Profesores de enseñanza vocacional	

Notas:

- 1 Incluye arqueólogos y conservadores.
- 2 También incluye administradores de archivos y profesionales de museos. Cuando ello sea factible, se deben incluir los administradores de teatros en el Dominio B. Presentaciones artísticas y Celebraciones.
- 3 Incluye a profesionales que trabajan en zonas protegidas.
- 4 Incluye archivistas, curadores de galerías de arte y curadores de museo.
- 5 Otras actuaciones en vivo (artistas de teatro de variedades, ventrílocuos, toreros, bailarines de tap, etc.); artistas comunitarios, payasos, magos y trabajadores afines.
- 6 Debiera incluir a profesores de música de educación formal.
- 7 Debiera incluir a profesores de artes visuales de educación formal.
- 8 Cuando ello sea factible, los maestros de drama y baile se deben clasificar dentro del Dominio B. Presentaciones artísticas y Celebraciones.
- 9 Incluye ayudantes de guión, apuntadores, directores escénicos, artistas del cuerpo.
- 10 Debería incluir a profesores de medios audiovisuales e interactivos.
- 11 Debiera incluir a profesores de diseño y servicios creativos.

OCUPACIONES DE DOMINIOS RELACIONADOS				
Dominio	Función	CIUO 08		Descripción
G. Turismo	Difusión	4221		Empleados de agencias de viajes
		5111		Auxiliares de servicio de abordó
		5113		Guías de turismo
H. Deportes y Recreación	Producción	3421		Atletas y deportistas
	Difusión	1431	12	Gerentes de centros deportivos, de esparcimiento y culturales
		4212		Receptores de apuestas y afines
		4213		Prestamistas
	Educación/Capacitación	3422		Entrenadores, instructores y árbitros de actividades deportivas
3423			Instructores de educación física y actividades recreativas	

Nota:

12 Incluye administradores de parques de temáticos y de entretenimiento. Cuando ello sea factible, los administradores de cine se deben incluir en el dominio audiovisual E.

DOMINIOS TRANSVERSALES*				
Dominio	Función	CIUO 08		Descripción
Patrimonio Inmaterial	Producción	1113	13	Jefes de pequeñas poblaciones
		2636		Profesionales religiosos
		3230		Profesionales de nivel medio de medicina tradicional y alternativa
		5169		Trabajadores de servicios personales, n.c.p.
Difusión	3413	14	Auxiliares laicos de las religiones	
Educación/Capacitación	2353		Otros profesores de idiomas	
EQUIPAMIENTO Y MATERIALES DE APOYO				
Artes Visuales y Artesanías	Producción	7322		Impresores: impresores de serigrafía, y textiles (trabajadores artesanales)
		7521		Operarios del tratamiento de la madera
		7523		Reguladores y operadores de máquinas de labrar madera
		8132		Operadores de máquinas para fabricar productos fotográficos
Libros y Prensa	Producción	7321	15	Cajistas, tipógrafos y afines
		7322		Impresores
		7323		Encuadernadores y afines
Medios Audiovisuales e Interactivos	Producción	1330		Directores de servicios de tecnología de la información y las comunicaciones
		2511		Analistas de sistemas
		2512		Desarrolladores de software
		2514		Programadores de aplicaciones
		2519		Desarrolladores y analistas de software y multimedia y analistas, n.c.p.
		2523		Profesionales en redes de computadores
		3511		Técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones
		3512		Técnicos en asistencia al usuario de tecnología de la información y las comunicaciones
		3513		Técnicos en redes y sistemas de computadores
		3514		Técnicos de la Web
		Difusión		3521
Educación/Capacitación	2356		Instructores en tecnología de la información	

Notas:

- 13 Incluye herbalistas y curanderos.
- 14 Incluye curadores por fe.
- 15 Incluye compositores, cajistas y trabajadores afines.

Cuadro 5. Encuestas sobre uso del tiempo con arreglo a códigos ICATUS

DOMINIOS CULTURALES					
Función	Dominio	ICATUS		Descripción	
CONSUMO / PARTICIPACIÓN	A. Patrimonio Cultural y Natural	071135		Acompañamiento de menores a excursiones, a visita a museos y salidas similares; coordinación o facilitación de actividades sociales o extraescolares de los menores	
		111110		Visitar museos, galerías de arte, parques históricos/culturales, sitios del patrimonio	
	B. Presentaciones artísticas y Celebraciones	101210	1		Participación en celebraciones de eventos culturales e históricos de la comunidad
		101230			Participación en funciones sociales (música, bailes, etc.) de la comunidad
		111130	2, *		Asistencia al teatro, ópera, ballet, conciertos
		111190			Asistencia a otros eventos culturales masivos especificados
		121130			Artes escénicas (baile, música, teatro)
		1211x	3		Artes visuales, literarios y escénicos n.p.d.
		141320			Escuchar otros soportes de audio
		141420			Utilizar tecnología informática para ver videos o escuchar audio
	C. Artes visuales y Artesanías	031141	4		Confeccionar productos de madera incluso muebles y similares, estatuillas y otras decoraciones.
		031142	4		Confeccionar artículos de mimbre y otros productos similares
		031143	4		Fabricación de cubiertos para la mesa, cuchillos, tijeras, herramientas manuales y otros productos de metal
		031144	4		Trabajo metalúrgico
		031145	4		Fabricación de cacharros, hornos y cocinas, ornamentos, etc., con arcilla, yeso o cemento
		031146	4		Fabricación de papel y productos de papel; artesanías de papel
		031147	4		Fabricación de jabones, perfumes, velas etc.
		031149	4		Otras actividades especificadas relacionadas con artesanías
		03114x	*		Creación de artesanías usando todo tipo de materiales n.p.d.
		031210			Compra de insumos o provisiones utilizados en actividades de producción no primarias en el hogar
	D. Libros y Prensa	031220	5		Venta de productos resultado de actividades de producción no primarias en el hogar
		121110			Artes visuales
		121120			Artes literarias
		141110	6		Lectura de libros
		141120	6		Lectura de publicaciones periódicas
		141190	6		Lectura de otros materiales especificados
		1411x	7,*		Lectura, n.p.d.
		141320	8		Escuchar otros soportes de audio
	141410			Utilizar tecnología informática para leer	
	142000			Visitar bibliotecas	

	E. Medios audiovisuales e interactivos	101113		Chatear en Internet, enviar mensajes y participar en foros cibernéticos, etc.
		101130		Leer y escribir correos
		111120		Asistir al cine/películas
		121330		Juegos de computadora (incluyendo juegos de máquinas (<i>arcade</i>) y videojuegos)
		141211	9	Mirar/escuchar televisión (programación regular)
		141212	9	Mirar/escuchar televisión (programación diferida)
		141219	9	Otras actividades especificadas relacionadas con mirar/escuchar televisión
		14121x	*	Mirar/escuchar televisión, n.p.d.
		141221	10	Mirar/escuchar películas alquiladas o compradas
		141222	10	Mirar/escuchar programas de video alquilados o comprados, distintos a películas
		141229	10	Otras actividades especificadas relacionadas con mirar/escuchar videos
		14122x	10,*	Mirar/escuchar programas de video, n.p.d.
		141310		Escuchar programas de radio
		1413x	*	Escuchar la radio y aparatos de audio, n.p.d.
141420		Usar tecnología computacional para ver videos o escuchar grabaciones de audio		
141430	11	Navegar por Internet, cargar y descargar		
1414x	*	Utilizar tecnología informática, n.p.d.		
149000		Medios masivos de comunicación n.c.p.		

DOMINIOS RELACIONADOS					
Función	Dominio	ICATUS		Descripción	
CONSUMO / PARTICIPACIÓN	G. Turismo	102000		Desplazamientos relacionados con actividades de socialización y participación comunitaria	
		112000		Desplazamientos relacionados con la asistencia a sitios culturales y eventos deportivos y de esparcimiento	
		122000		Desplazamientos relacionados con hobbies, juegos y otros pasatiempos	
		131230		Desplazamientos en automóvil por placer; hacer turismo	
		132000		Desplazamientos relacionados con participación en deportes en recintos cerrados o al aire libre y cursos conexos	
		143000		Desplazamientos relacionados con los medios de comunicación	
	H. Deportes y Recreación	071234			Acompañamiento de adultos a actividades sociales
		071235	12		Acompañamiento de adultos a eventos culturales, deportivos o de esparcimiento
		111200			Visitar zoológicos, parques zoológicos, jardines botánicos, centros de esparcimiento y asistir a ferias, festivales
		111310			circos, y exhibiciones de plantas y animales.
		111320			Asistir a eventos deportistas profesionales
		111x	13,*		Asistir a eventos culturales, deportivos o de esparcimiento, n.p.d.
		119000			Asistir a eventos deportistas de aficionados
		129000			Asistir a eventos culturales, deportivos o de esparcimiento
121200	14		Hobbies, juegos y otros pasatiempos n.c.p.		
				Hobbies técnicos y cursos conexos	

		121310		Jugar solitarios
		121320	15	Juegos de naipes y tablero
		121340		Juegos sociales/grupales
		121350		Juegos de azar
		1213x	*	Juegos y otros pasatiempos y cursos conexos , n.p.d.
		131110		Caminatas, senderismo; trotar y correr
		131120		Ciclismo, patinaje, monopatín (<i>skateboarding</i>)
		131130		Aeróbica, yoga, levantamiento de pesas y otros programas de acondicionamiento físico
		131140		Juegos de balón, deportes individuales
		131150		Juegos de balón, deportes en equipo
		131160		Deportes acuáticos
		131170		Deportes de invierno, hielo, nieve
		131180		Deportes de contacto
		131220		Equitación
		131x	*	Participación en deportes en recintos cerrados o al aire libre n.p.d.
		139000		Participación en deportes en recintos cerrados o al aire libre y cursos conexos n.c.p.

FUNCIONES TRANSVERSALES				
Función	Dominio	ICATUS		Descripción
CONSUMO / PARTICIPACIÓN	PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL	031170		Elaboración de preparaciones herbales y medicinales
		071234		Acompañamiento de adultos a actividades sociales
		07123x	*	Acompañamiento de adultos a lugares n.p.d.
		081210		Trabajo organizado por la comunidad: cocinar para celebraciones etc.
		081230		Organizar y trabajar en iniciativas comunitarias de asistencia a aldeas, otros subsectores
		081240		Organizar y trabajar en iniciativas comunitarias de asistencia a personas y familias
		082000	16	Asistencia a reuniones
		101124		Servir de anfitrión en fiestas, recepciones y tertulias
		101125		Asistir a fiestas, recepciones y tertulias
		101126		Socializar en bares, clubes
		101129		Otras actividades de socialización especificadas
		101210	17	Participación en celebraciones de eventos culturales/históricos en la comunidad
		101220		Participación en ritos/eventos (no religiosos), matrimonios, funerales, nacimientos y ritos de pasaje, en la comunidad
		101230		Participación en funciones sociales (música, bailes, etc.) en la comunidad
		1012x	*	Participación comunitaria
		151510		Rezar, meditar, en privado, y otras actividades espirituales informales
		151520		Participación en actividades religiosas (practicar alguna forma de la religión)
151630		Reflexionar, meditar, pensar, planificar		
	EDUCACIÓN ¹⁹	091300	18	Estudios adicionales, cursos de educación no formal durante el tiempo libre

Notas:

La "x" significa que deben incluirse todas las demás actividades relacionadas con este tema. Dado que la ICATUS es una clasificación preliminar, algunos códigos aún no son definitivos.

- 1 Exclusión: en relación con estos eventos, ciertas actividades no sujetas a pago como cocinar, construcción de escenarios, actividades organizativas, recaudación de aportes, preparación de disfraces, etc., se han clasificado bajo el código 08121.
- 2 Este código también cubre las artes visuales y literarias.
- 3 Entre los medio de audio se incluyen CD, grabaciones, cintas y reproductores MP3. Escuchar música en una computadora se ha clasificado bajo el código 14142.
- 4 Incluye todas las actividades económicas contempladas en las clases 20, 21, 242, 26, 289, 36 de la CIIU, por ejemplo, el tratamiento y tallado de madera, la cestería, la soldadura, la fabricación de ladrillos y la fabricación de herramientas.
- 5 Incluye la venta de artesanías, productos alimenticios, etc. producidos como pasatiempo o por entretención o en conexión con un hobby o venta en domicilios privados (ventas de patio o garaje).
- 6 Leer por mediante el uso de computadoras y tecnología conexas se ha clasificado bajo el código 14141. Exclusión: leer libros religiosos en conexión a la práctica de una religión se clasifica bajo el código 1515.
- 7 Incluye la lectura de revistas, libros y otros materiales similares.
- 8 Los medio de audio incluyen CD, cintas, grabaciones y reproductores MP3. Escuchar música en una computadora se ha clasificado bajo el código 14142.
- 9 Mirar y escuchar televisión y videos estrictamente en relación con actividades laborales y de aprendizaje se ha clasificado bajo las grandes divisiones 01 a 05 o 09.
- 10 Los medios de video incluyen los reproductores de cassettes (VCR), los discos compactos de video (VCD), los reproductores de videodiscos digitales (DVD) y dispositivos diferentes a las computadoras. Mirar y escuchar utilizando una computadora se ha clasificado bajo el código 14142.
- 11 Si se ha especificado el objetivo de 'navegar' se debe codificar de acuerdo a los siguientes códigos: por ejemplo, para comprar se utiliza el código 06121 o 06122; para el pago de cuentas el 06115; para cursos en línea los códigos 09111 o 09113 son apropiados.
- 12 Este código también cubre a los adultos acompañantes a eventos culturales.
- 13 Este código también cubre eventos culturales.
- 14 Exclusión: los hobbies generadores de ingreso en términos de servicios prestados o productos vendidos se han clasificado bajo las grandes divisiones correspondientes (de 02 a 05).
- 15 Exclusión: las apuestas en juegos se han clasificado bajo el código 12135.
- 16 Incluye: todo tipo de reuniones auspiciadas por organizaciones sociales, políticas, religiosas, fraternidades, clubes y grupos scout.
- 17 Exclusión: en relación con estos eventos, ciertas actividades no sujetas a pago como cocinar, construcción de escenarios, actividades organizativas, recaudación de aportes, preparación de disfraces, etc., se han clasificado bajo el código 08121.
- 18 Exclusión: la asistencia a cursos sobre pasatiempos y juegos y deportes recreacionales, se ha clasificado bajo las grandes divisiones 12 y 13. La asistencia a cursos relacionados con una carrera o desarrollo profesional se ha clasificado bajo el código 0914.
- 19 Los estudios y la capacitación relacionados con el trabajo actual se han clasificado bajo divisiones específicas en los grandes grupos 01 a 05; los cursos relacionados con hobbies o deportes se han clasificado bajo sus respectivas divisiones en los grandes grupos 12 y 13.

6. Comentarios finales

El Marco de Estadísticas Culturales 2009 de la UNESCO representa un primer e importante paso hacia la creación de una metodología y el establecimiento de un estándar que permita organizar las estadísticas culturales y generar datos internacionalmente comparables. El MEC de la UNESCO es un proyecto en gestación. Si bien hoy se cuenta con herramientas diseñadas para medir la dimensión económica de la cultura, se requerirá bastante más trabajo para medir su dimensión social. Se anticipa que el MEC será actualizado en forma periódica gracias a avances en la metodología y una mejor comprensión de los conceptos implicados.

6.1 Desafíos planteados por el acopio de datos culturales

Considerando la falta generalizada de estadísticas culturales - incluso en el caso de países que han destinado tiempo y recursos al desarrollo de marcos estadísticos para sus industrias culturales- se ha estimado conveniente resumir algunas de las principales dificultades asociadas con este tipo de estadísticas.

Desafíos estructurales

Dado que las políticas y la gestión tienden a enfocarse en actividades definidas en función de sus mercados (por ej., música, filmes, televisión) y el diseño de las clasificaciones estadísticas más comúnmente utilizadas (versiones nacionales de la CIIU) habitualmente se basa en el principio de producción⁶ (por ej., la creación y reproducción de ítemes impresos mediante el uso de computadoras), es difícil utilizar estas clasificaciones al momento de intentar describir las industrias culturales impulsadas por el mercado.

Respecto de la cultura, las categorías relevantes se encuentran dispersas en las diversas clasificaciones, razón por la cual deben ser re-agregadas en forma artificial. Esta tarea, además de ser especializada, requiere bastante tiempo.

Por su parte, los sistemas estadísticos de clasificación industrial también se esfuerzan por marchar al mismo ritmo que el cambio industrial. Dichos sistemas proporcionan una cobertura detallada de las áreas tradicionales de la economía como son las industrias primarias, extractivas y manufactureras. En consecuencia, el sector de servicios no recibe la atención que amerita y las clasificaciones son particularmente débiles en áreas que evidencian acelerados cambios tecnológicos y de mercado, lo cual plantea dificultades al momento de implementar un marco de estadísticas culturales revisado que tome en cuenta la progresiva influencia de las nuevas TIC digitales.

⁶ A pesar que la lógica apuntaría a una clasificación basada en la producción, éste no es siempre el caso, ya que en ocasiones se usa el proceso o la materia prima como principio taxonómico.

Desafíos operacionales

En general, las actividades culturales sólo pueden ser identificadas con precisión en los niveles más altos de agregación (cuatro o cinco dígitos) de los sistemas de clasificación industrial. Lo anterior plantea ciertas dificultades ya que los datos proporcionados por las oficinas nacionales de estadística para numerosas variables (por ej., exportaciones) suelen estar disponibles para los sectores industriales a un nivel mayor de agregación, característicamente en las clases identificadas con dos o tres dígitos.

El detallado nivel de desagregación industrial necesario para identificar con precisión las actividades culturales tiene otras implicaciones, ya que hace problemático un análisis subnacional pormenorizado – algo particularmente importante para el sector cultural considerando las tendencias de aglomeración - atendido el hecho que el análisis de cuatro dígitos en una unidad de área local o regional reduce la confiabilidad de muchas encuestas empresariales administradas por las oficinas nacionales de estadística (principalmente, debido a problemas relacionados con el tamaño de la muestra). Asimismo, muchas encuestas empresariales entre las economías del mundo no cubren de manera adecuada a las microempresas ni a los comerciantes individuales que, sin embargo, están representados en forma desproporcionada en el sector cultural.

Existen soluciones temporales que pueden aplicarse a casos donde una actividad cultural se combina con otras actividades en clases individuales. En particular, en estas clases, es posible usar estimaciones para distinguir el componente cultural del componente no cultural y posteriormente utilizar estas ponderaciones o coeficientes para analizar las estadísticas generadas por encuestas empresariales. Sin embargo, debe existir una base empírica que permita derivar dichas ponderaciones, lo cual implica que debiera haber fácil acceso a la fuente de datos que contiene la información censal de todas las empresas. Una vez más –y suponiendo que existe dicho registro empresarial– el análisis diseñado para generar los coeficientes requeridos, implica una tarea extremadamente exigente en términos de tiempo y recursos.

Finalmente, generar datos sobre los aspectos sociales de la cultura a un estándar comparable con el de otros datos producidos por las oficinas nacionales de estadística, también plantea una serie de desafíos operacionales.

Podría existir la posibilidad de utilizar elementos de encuestas inter-departamentales (encuestas de hogares o de uso del tiempo) realizadas con anterioridad. Sin embargo, la información que pueda obtenerse de estas fuentes podría no ser suficiente para apoyar en forma significativa el proceso de elaboración de políticas culturales/sociales. Esto se debe al número limitado de áreas cubiertas por encuestas de tipo general. Sin embargo, también podría deberse a problemas asociados con la robustez de la información, cuando los resultados de las encuestas son desagregados para identificar sub-poblaciones determinadas (por ej., por edad, género, grupos raciales y étnicos), particularmente cuando se requieren mediciones de los cambios. El problema de la robustez también puede afectar incluso a encuestas sobre participación cultural tales como la encuesta Eurobarómetro que, por el hecho de administrarse a un número limitado de casos (aproximadamente 1.000 por país), sólo puede aportar información contextualizada a nivel de país en lugar de estadísticas más pormenorizadas y confiables que son precisamente las que se requieren para respaldar decisiones de políticas.

Los resultados generados por estas encuestas serán relevantes tanto para países desarrollados como en desarrollo. A nivel de país, una primera etapa consistiría en analizar los datos nacionales. Sin embargo, se debe tener presente que gran parte de los empleos culturales se encuentran mayoritariamente concentrados en zonas urbanas (generalmente en las grandes ciudades), hecho que haría conveniente desglosar el espacio físico cubierto por la encuesta en mayor detalle.

Obviamente, una alternativa al uso de información seleccionada de fuentes nacionales y/o internacionales de estadísticas, es realizar una encuesta personalizada sobre participación cultural a nivel nacional. No obstante, cabe destacar que estas dificultades no son de naturaleza universal sino que están más estrechamente vinculadas al nivel de sofisticación propio del proceso de elaboración de las políticas culturales y en particular, al grado en que se utilizará la evidencia para fundamentar la toma de decisiones.

La creación y el acopio de evidencia, si bien es una parte importante de los procesos modernos de formulación de políticas públicas y responsabilidad por los resultados de las instituciones públicas, no constituyen, en sí mismos, parte de la formulación de políticas culturales. En este contexto, los datos primarios se obtendrán de censos empresariales, censos nacionales de la población y cualquier tipo de información sobre participación/uso y de datos sobre asignación del financiamiento público. El Marco servirá para crear un espacio de diálogo entre las funciones de una política basada en evidencia, los proveedores de datos y las diversas formas que adopte el sector cultural. Por consiguiente, es indispensable entender este concepto al inicio de un proceso de desarrollo que implica actualizaciones periódicas, la realización de pruebas y las necesarias revisiones.

Se puede asumir que el Marco será el punto de partida del proceso de desarrollo de datos estadísticos más integrales. Asimismo, también podrá representar la base para entablar negociaciones entre elaboradores de política, profesionales en ejercicio y agencias censales.

6.2 Vinculación con las mediciones directas

Ciertamente, la siguiente etapa será el desarrollo de marcos de indicadores basados en políticas y la identificación de indicadores selectos para asignar a cada uno de los dominios y actividades. Esto ayudará a medir y monitorear tanto el fenómeno de la cultura como el impacto de las políticas culturales. Hasta ahora, los modelos de elaboración de políticas culturales han visualizado la dimensión económica de una cultura determinada como una consecuencia indirecta del nivel de inversión pública en el ámbito cultural. Esto ha favorecido el desarrollo de modelos que utilizan enfoques inferenciales (modelos multiplicadores) con el fin de evaluar el impacto de la cultura (Scanlon y Longley, 1984; Myerscough, 1988). El modelo seleccionado para el presente marco se basa principalmente en la prioridad que se otorga a la cultura en los procesos de desarrollo y reproducción económicos. Esto ha reducido la necesidad de depender exageradamente de metodologías indirectas e inferenciales que podrían considerarse relativamente cuestionables. El cambio que implica transitar desde la aplicación de modelos indirectos o multiplicadores para medir los resultados culturales hacia la aplicación de mediciones directas a los procesos y resultados, ofrece la oportunidad de desarrollar un enfoque que permite medir el impacto de la cultura a nivel internacional y regional en forma comparable.

Las mediciones directas adquieren mayor solidez y confiabilidad si en el levantamiento de datos se utiliza un marco común (Pratt, 2001). Parte de los datos se pueden extraer mediante el uso de taxonomías estándar (especialmente las establecidas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas o en la Clasificación Central de Productos). Adicionalmente, las mediciones directas pueden incluir mediciones económicas tales como, las tasas de rotación, la inversión, la producción, las exportaciones y el empleo, así como información paralela sobre el financiamiento por el sector público más estrechamente relacionada con dichas mediciones. Por otra parte, también es factible realizar mediciones directas relacionadas con el consumo y la participación a través de encuestas de hogares o encuestas personalizadas.

Figura 4. Matriz de indicadores

	Dominios culturales						Dominios relacionados	
	A. Patrimonio Cultural y Natural	B. Presentaciones artísticas y Celebraciones	C. Artes Visuales y Artesanías	D. Libros y Prensa	E. Medios Audiovisuales Interactivos	F. Diseño y Servicios Creativos	G. Turismo	H Deportes y Recreación
Creación								
Producción								
Difusión/ Transmisión		Indicadores...						
Exhibición/ Recepción					Indicadores...			
Consumo/ Participación								

Un posible enfoque consiste en usar un modelo basado en una matriz creada mediante tabulaciones cruzadas entre los ocho dominios del MEC y los elementos contenidos en el ciclo cultural como se muestra en la **Figura 4**. Este modelo puede ser adaptado al desarrollo y a la construcción de un medio pragmático y práctico (a diferencia de un medio ideal) de levantamiento de datos. Su concepción está inspirada en el trabajo del grupo LEG de la Unión Europea (LEG Eurostat, 2000) y en una encuesta sobre (la lógica de) una serie de 'ejercicios de elaboración de mapas' existentes. El modelo indica qué datos pueden ser acopiados y es similar a lo que fuera propuesto en el MEC 1986. Una etapa posterior consistirá en poner a prueba este esquema. Si bien la propuesta puede implementarse en forma directa, también tiene potencial para perfeccionar su desarrollo y permitir el acopio de nueva información a futuro, destacando aquello que actualmente no puede ser medido. Se espera que este modelo haga posible el establecimiento de criterios a nivel internacional. El 'modelo-matriz' presentado en este documento también puede ser utilizado para apoyar distintos enfoques de estadísticas culturales.

Glosario

Actividades asociadas con el diseño interior: iniciativas realizadas por empresas o personas dedicadas principalmente al diseño del espacio interior de edificaciones, públicas y privadas, viviendas y locales comerciales (Statistics New Zealand, 1995).

Actividades culturales: comprenden y plasman todo tipo de expresiones culturales independientemente del hecho que tengan o no valor comercial. Las actividades culturales pueden tener valor en sí mismas o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.

Artes escénicas y celebración: incluye las actividades asociadas con las artes escénicas realizadas por profesionales o aficionados, tales como las representaciones teatrales, la danza, la ópera, los teatros de títeres y la celebración de eventos culturales (festivales, fiestas y ferias) de carácter local e informal.

Artes visuales: formas de arte que apelan principalmente al sentido visual. Están generalmente enfocadas a la creación de obras de naturaleza visual o representan objetos multidimensionales.

Artesanías o productos artesanales: se definen como "productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado... La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, y religiosa o socialmente simbólicas y significativas" (UNESCO/ITC, 1997).

Biblioteca: una organización, o parte de una organización, que tiene como principales objetivos acopiar y mantener colecciones de materiales impresos y facilitar el uso de esta información e instalaciones consideradas necesarias para satisfacer las necesidades de información, investigación y educación y proporcionar espacios recreativos y culturales para sus usuarios. Estos son los requerimientos esenciales de una biblioteca, no excluyendo de ellos los recursos y servicios complementarios secundarios a su propósito primario (ISO, 2006). Se incluye en esta definición cualquier colección estructurada de libros y revistas en formato impreso o electrónico y cualquier tipo de material gráfico o audiovisual (adaptado de la UNESCO, 1970), así como las bibliotecas virtuales y catálogos digitales.

Bienes culturales: se definen como bienes de consumo que comunican ideas, símbolos y estilos de vida, por ejemplo, libros, revistas, productos de multimedia, *software*, grabaciones, filmes, videos, programas audiovisuales, artesanías y modas.

Ciclo cultural: alude a la producción de la cultura como resultado de una serie de procesos o etapas interconectadas que, en forma colectiva, dan origen al ciclo cultural, la cadena de valores o de oferta.

Clasificación Central de Productos (CPC): marco diseñado para permitir la comparación internacional de estadísticas relacionadas con productos. Sirve de guía para el desarrollo o revisión de las actuales clasificaciones de productos con el fin de hacerlas compatibles con los estándares nacionales. El principal objetivo de la CPC es mejorar la armonización entre las diversas áreas de estadísticas económicas y otras relacionadas con este campo, y fortalecer la función de las cuentas nacionales como instrumento de coordinación de estadísticas económicas. Proporciona una base sobre la cual recopilar estadísticas básicas a partir de las clasificaciones originales y permite homologarlas a una clasificación estándar con propósitos analíticos (UNSD, 2009).

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU): esta clasificación normalizada para todas las actividades productivas, tiene como principal objetivo proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puede ser utilizado para la colección y presentación de estadísticas relacionadas con dichas actividades. Por lo tanto, la CIIU presenta este conjunto de categorías de actividades de forma que permita clasificar las entidades de acuerdo a la actividad económica de cada una (Naciones Unidas, 2008).

Conocimiento tradicional: se ha definido como “los conocimientos, las innovaciones y prácticas de comunidades indígenas y locales de todo el mundo. El conocimiento tradicional, desarrollado a partir de experiencias acumuladas durante siglos y adaptadas al entorno y a la cultura local, se transmite de generación en generación en forma oral. Suele ser de propiedad de un colectivo y adopta la forma de historias, canciones, folclore, proverbios, valores culturales, creencias, rituales, leyes comunitarias, idiomas locales y prácticas agrícolas tales como la crianza de animales y la mejora genética de plantas. El conocimiento tradicional es de naturaleza práctica, especialmente en las áreas de agricultura, pesca, salud, horticultura, silvicultura y en general, en materia de administración del medio ambiente” (SCBD, 2007).

Conservación: consiste en medidas diseñadas para prolongar la vida del patrimonio cultural y fortalecer, simultáneamente, la transmisión de sus mensajes y valores (ICCROM, 1998). En el dominio de la propiedad cultural, el objetivo de la conservación es preservar las características físicas y culturales de un objeto, asegurando que su valor no se vea reducido y se traspase íntegramente a futuras generaciones (UNESCO, 1988).

Deportes y recreación. Consiste en empresas o personas dedicadas a presentar eventos deportivos y de recreación o prestar servicios asociados con este tipo de actividades. Se incluyen en esta categoría los servicios de entrenamiento y educación relacionados con los deportes y la recreación, así como las empresas fabricantes de bienes deportivos y recreativos mayoristas y minoristas.

Derechos de autor: una de las principales ramas de la propiedad intelectual, abarca “toda producción en los dominios literarios, científicos y artísticos, sea cual fuere su forma de expresión”. Para efectos de protección de los derechos de autor, la expresión “obra artística y literaria” se entenderá como cualquier trabajo original independientemente de su mérito literario o artístico. Esta definición incluye libros, panfletos y otros textos; composiciones musicales, obras teatrales, coreografías; obras artísticas como dibujos, pinturas, fotografías y escultura; obras arquitectónicas; grabados y litografía (OMPI, 2003, 1979).

Diseño: personas o grupos dedicados principalmente al diseño creativo, artístico y estético de objetos, entornos y servicios (ABS, 2001).

Diseño de modas: se define como bienes y servicios producidos, así como actividades realizadas por empresas o personas, relacionadas principalmente con el diseño de calzado, vestuario y accesorios (Statistics New Zealand, 1995).

Diseño gráfico: actividades realizadas por empresas o personas, relacionadas principalmente con el diseño de material gráfico publicitario (Statistics New Zealand, 1995). Incluye la artesanía contemporánea.

Diversidad cultural: las diversas maneras en que los distintos grupos y sociedades se expresan. Estas expresiones culturales se transmiten dentro y entre los distintos grupos y sociedades y de generación en generación. Sin embargo, la diversidad cultural no se hace evidente solamente a través de las diversas maneras que el patrimonio cultural se expresa, enriquece y transmite, sino también en las distintas modalidades de creación, producción y difusión artística, y su distribución y disfrute, sin importar los medios y tecnologías utilizadas.

Encuesta administrativa: un levantamiento estadístico administrado por fuentes externas a las oficinas de estadística originalmente concebido sin fines estadísticos (UNSC, 2000). Representa una colección de datos de registros administrativos obtenidos de archivos.

Encuestas censales: son aquellas que abarcan la totalidad de los objetos de observación de una población o universo dado (UNSC, 2000).

Encuestas de gastos en el hogar: encuestas por muestreo administradas en los hogares que buscan acopiar datos o estimaciones sobre el monto destinado por éstos al consumo de bienes y servicios o a otros fines durante un período de tiempo determinado. También se conocen como encuestas de consumo en el hogar o encuestas de presupuestos familiares (OCDE, 2008).

Encuesta sobre la fuerza laboral: una encuesta estándar de hogar con el objeto de acopiar estadísticas relacionadas con el empleo (OIT).

Industrias culturales: son las que producen y distribuyen bienes o servicios culturales según la definición anterior.

Medios interactivos: el concepto de interactividad se cumple cuando i) dos o más objetos se afectan mutuamente; ii) el usuario puede inducir un cambio en el objeto o en el entorno (por ej., durante juegos de video); iii) implican la participación activa de un usuario; o iv) se produce un efecto doble en lugar de un efecto único o de una simple relación causa-efecto (Canadian Heritage, 2008).

Museo: una institución de carácter permanente y no lucrativo, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, comunica y exhibe el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su entorno, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material e inmaterial de la gente y su medio ambiente. Incluye museos vivos.

- a. La anterior definición de museo se aplicará sin ninguna limitación derivada de la naturaleza de sus órganos rectores, su carácter territorial, su estructura funcional o la orientación de las colecciones de la institución implicada.
- b. Adicionalmente a las instituciones designadas como ‘museos’, las siguientes deben ser entendidas como museos a los efectos de esta definición:
 - i. Los yacimientos y monumentos naturales, arqueológicos y etnográficos, y sitios y monumentos históricos que tengan la naturaleza de museo para sus actividades de adquisición, de conservación y de comunicación de la evidencia material de la gente y su medio ambiente;
 - ii. Las instituciones que presenten y exhiban especímenes vivos de plantas y animales, tales como los jardines zoológicos y botánicos, acuarios y viveros;
 - iii. Los centros científicos y los planetarios;
 - iv. Las galerías de exposición de arte sin fines de lucro;
 - v. Las reservas naturales; los institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de bibliotecas y centros de archivo; los parques naturales;
 - vi. Organizaciones museológicas de carácter internacional, nacional, regional o local; ministerios, departamentos o agencias públicas responsables de museos, en el sentido recogido en este artículo;
 - vii. Organizaciones sin fines de lucro u organizaciones que realizan investigación, educación, capacitación, documentación y otras actividades relacionadas con los museos y la museología; ,
 - viii. Centros culturales y otras instituciones que faciliten la preservación, continuación y gestión de recursos del patrimonio materia e inmaterial (patrimonio viviente y actividad digital creativa); y
 - ix. Cualquier otra institución que el consejo ejecutivo, oído el comité consultivo, considere que tiene algunas de las características de los museos y sus trabajadores, a través de la investigación, la educación o la formación museológica (ICOM 2007).

Paisaje cultural: representa una combinación de los trabajos del hombre y de la naturaleza y expresan una larga e íntima relación entre las personas y su entorno natural (UNESCO, 2007).

Paisajismo: cubre el diseño de terrenos y jardines de uso humano. Generalmente, el paisajismo se relaciona con el diseño de edificaciones o sus alrededores, ya sean éstos públicos o privados, aunque el diseño también puede abarcar extensas áreas públicas como parques y reservas (Statistics New Zealand, 1995).

Participación cultural: la participación en las artes y actividades de la vida diaria que pueden asociarse con una cultural determinada. El término hace referencia a “las maneras como las diferencias étnicas manifestadas a través de inclinaciones, valores y comportamientos culturales no sólo inspiran las preferencias artísticas y de los medios, pero, asimismo se encuentran insertas en el ritmo diario de los diferentes estilos de vida, y en las formas en que éstas se conectan con otras características sociales relevantes, por ejemplo, la clase social y el género” (Bennett, 2001).

Patrimonio cultural: incluye artefactos, monumentos, grupos de construcciones y sitios elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, científico, social, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, 1972).

Patrimonio cultural inmaterial (PCI): se define como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –así como instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales asociados con él- que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia e infunde a las comunidades y los grupos un sentimiento de identidad y de continuidad, promoviendo de esta forma el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana” (UNESCO, 2003).

Patrimonio natural: consiste en las características naturales, formaciones geológicas o fisiográficas que constituyen el hábitat de especies de animales o plantas en peligro de extinción y los sitios de valor desde la perspectiva de la ciencia, la conservación o la belleza natural. Incluye parques y reservas naturales y zoológicas, acuarios y jardines botánicos (UNESCO, 1972).

Preservación: el principal objetivo de la preservación es prevenir el daño que factores accidentales o el medio ambiente podrían provocar en la vecindad inmediata del objeto que se desea preservar. Por consiguiente, los métodos y medidas preventivas no suelen aplicarse en forma directa pero, en cambio, han sido diseñadas para controlar condiciones micro-climáticas con el fin de erradicar los agentes o elementos dañinos que podrían tener una influencia temporal o permanente en el deterioro del objeto (UNESCO, 1988).

Pueblos indígenas y tribales: los pueblos tribales son personas de países independientes cuyas características sociales, culturales y económicas los distinguen de otros sectores de la comunidad nacional, y cuya condición está regulada, total o parcialmente, por sus propias costumbres, tradiciones o leyes o regulaciones especiales. La designación ‘pueblos indígenas’ se aplica a “los pueblos en países independientes, considerados indígenas por el hecho de descender de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenece el país en la época de la Conquista o la colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas” (OIT, 1989)

Recreación: se define como una actividad que produce placer, relaja, divierte, entretiene o estimula. Incluye los juegos de azar y el esparcimiento pero excluye las actividades de recreación física que forman parte del dominio Deportes.

Registro comercial: registro que describe las propiedades de las empresas comerciales (UNSC, 2000).

Sector informal: en líneas generales, este sector se caracteriza por unidades de producción que funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción y cuyo objetivo primario es generar empleo e ingresos para las personas implicadas. Desde el punto de vista operacional, el sector se define -sobre la base de países específicos- como empresas pertenecientes a los hogares que no están constituidas en sociedad y que producen al menos algunos productos para el mercado, si bien no integran el número mínimo de empleos y/o no tienen registro ante las autoridades ni cumplen con disposiciones jurídico-administrativas de tipo laboral como las prestaciones sociales y el acceso a la seguridad social (OCDE, 1993).

Servicios de arquitectura: son aquellos prestados por empresas o personas privadas orientados a todos los aspectos asociados con el entorno edificado. Los servicios incluyen principalmente el diseño de edificaciones residenciales, comerciales e industriales, la elaboración de planos para la restauración de edificaciones nuevas y la supervisión de las construcciones.

Servicios de asesoría: son aquellos prestados por empresas o personas privadas principalmente involucradas en la planificación, creación y producción de campañas publicitarias.

Servicios culturales: aquellos orientados a satisfacer intereses o necesidades culturales. Aunque no representan bienes culturales materiales en sí mismos, facilitan su producción y distribución. Por ejemplo, los servicios culturales incluyen la concesión de licencias y otros servicios relacionados con los derechos de autor, las actividades relacionadas con la distribución de productos audiovisuales, la promoción de las artes escénicas y eventos culturales, así como los servicios de información cultural y la preservación de libros, grabaciones y artefactos (en bibliotecas, centros de documentación y museos).

Sondeo de opinión: es una encuesta por muestreo que busca determinar lo que piensa un número de individuos de un determinado grupo de la población sobre un determinado tema (OCDE, 2008).

Referencias bibliográficas

African Union (AU) (2005). *Nairobi Plan of Action for Cultural Industries*. Primera sesión ordinaria de la Conferencia de Ministros de Cultura de la Unión Africana, 10 al 14 de diciembre de 2005, Nairobi, Kenya.

African Union (AU) (2008). *Plan of Action on the Cultural and Creative Industries in Africa*. Segunda sesión ordinaria de la Conferencia de Ministros de Cultura de la Unión Africana, 19 al 23 de octubre de 2008, Algiers, Kenya.

Australian Bureau of Statistics (ABS) (2001). *Australian Culture and Leisure Classifications*. Adelaide.

Australian Bureau of Statistics (ABS) (2002). *ABS Culture, Sport and Recreation Statistics: Current Activities and Future Strategy*. Adelaide.

Australian Bureau of Statistics (ABS) (2006). Documento de trabajo. *Arts and Cultural Heritage in Australia – Key issues for an information development Plan*. Adelaide.

Australian Bureau of Statistics (ABS) and Statistics New Zealand (2009). *ANSZCO Alternative View – Culture and Leisure Occupations in Australian and New Zealand Standard Classification of Occupations*. Primera Edición, Revisión 1. <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/1220.0First%20Edition,%20Revision%201?OpenDocument>

Barrowclough, D. y Z. Kozul-Wright (Eds.) (2006). *Creative Industries and Developing Countries: Voice, Choice and Economic Growth*. Londres.

Bennett, Tony (2001). *Differing Diversity: Cultural Policy and Cultural Diversity*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Canadian Heritage (2008). (No disponible públicamente). Comentarios sobre el borrador del MEC de la UNESCO 2007.

Caribbean Regional Negotiating Machinery (2006). *The cultural industries in CARICOM: trade and development challenges*. Kingston/Barbados : Caribbean Regional Negotiating Machinery.

Centre for Cultural Policy Research (2003). *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*. Central Policy Unit, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.

Centre for Cultural Policy Research, Home Affairs Bureau (2005). *A study on creativity index*. Home Affairs Bureau, Hong Kong Special Administrative Region Government: University of Hong Kong.

Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (2005). *Guía para la elaboración de mapas regionales de las industrias creativas*. Bogotá : Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales.

Christensen, L. et al (2001). *Refuge for Integration: A Study of How the Ethnic Minorities in Denmark Use the Libraries*. Moellegade: Aarhus Public Libraries, pp.1-23. <http://www.aakb.dk/graphics/pub/refuge.pdf>.

Convenio Andres Bello (CAB) (2004). *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valorización de su impacto económico, cultural y social*. Economía y cultura 8. Bogotá D. C. Colombia

Council for Cultural Affairs (2004). *Cultural Policy White Paper*. Taiwan Council for Cultural Affairs.

Cunningham, S. (2003). *The Evolving Creative Industries*. Transcripción de seminario, 9 de mayo de 2003. Brisbane: QUT.

Cunningham, S. y Peter Higgs (2008). *Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going?* En *Creative Industries Journal*, Vol. 1, No. 1, Hockley, Reino Unido.

Department of Culture Media and Sports, United Kingdom (DCMS) (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London: Department of Culture, Media and Sport.

Department of Culture Media and Sports, United Kingdom (DCMS) (2003). *Regional Data Framework for the Creative Industries: Final Technical Report for the Department of Culture, Media and Sport and the Regional Cultural Consortia*. London: Department of Culture, Media and Sport.

Economic Review Committee, Services Subcommittee Workgroup on the Creative Industries (2002). *Creative Industries Development Strategy: Propelling Singapore's Creative Economy*.

Comisión Europea (2001). *Report by the Task Force on Cultural Expenditure and Finance*. Luxemburgo.

Comisión Europea, Eurostat (2002). *European's Participation in Cultural Activity: A Eurobarometer Survey*, Resumen Ejecutivo.

Comisión Europea (2006). *The economy of culture in Europe*. Luxemburgo.

Eurostat, OCDE, ONU y OMT (2001). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. www.world-tourism.org.

Eurostat. (2007). *Eurostat Pocket book: Cultural statistics, European communities*. Luxemburgo.

Girard, A. (1982). *Creative Industries: A Challenge for the Future of Culture*. París: UNESCO.

Girard, A. (1982a). "Cultural industries: A handicap or a new opportunity for cultural development?" En UNESCO, *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*, pp. 24-39. París: UNESCO.

Gupta, A. y J. Ferguson (Eds.) (1999). *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*. Durham, North Carolina: Duke University Press.

Held, T., C. Kruse, M. Sondermann y A. Weckerle (2005). *Zurich's Creative Industries Synthesis Report*. Zurich: Office for Economy and Labour of the Canton of Zurich and City of Zurich Economic Development.

Hoehn, J., y A. Randall (1989), 'Too Many Proposals Pass the Benefit Cost Test', *The American Economic Review*, Vol. 79.3, pp. 544-551.

Hui, D. (2005). "Learning from Mapping Exercises: from Baseline Study to Creativity Index", ponencia presentada en la conferencia "Las comunidades creativas del Asia Pacífico: una estrategia para el siglo XXI", Simposio de expertos UNESCO sobre industrias culturales, Jodhpur, India, 22-26 de febrero de 2005.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2007), *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades*, Washington: BID.

International Center for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property (ICCROM). (1998). *Risk Preparedness: A Management Manual for World Cultural Heritage*. Roma: ICCROM, 1998.

International Council of Museums (ICOM, 2007). Artículo 3, Estatutos aprobados por la 22ª Asamblea General, Viena, Austria, 24 de agosto de 2007.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (1988). *Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones, CIUO 88*. Ginebra: OIT.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (1989). *Convenio sobre pueblos indígenas y tribales*, (No. 169). Ginebra: OIT.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2008). *Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones, CIUO 08*.

- International Standard Organisation (ISO) (2006). 2789, *Information and documentation – International library statistics*.
- Fondo Monetario Internacional (FMI) (2008). *Balance of Payments and International Investment Position Manual, Six Edition (BPM6)*, borrador. Diciembre de 2008. Departamento de estadística, FMI.
- Keaney, E. (2006). *From Access to Participation: Cultural Policy and Civil Renewal*. London: IPPR.
- LEG Eurostat (2000). "Cultural statistics in the EU", Documento de trabajo de Eurostat. *Population and Social Conditions Series*, 3/2000/E/No1. Uniforme final de LEG. Luxemburgo.
- Manninen, A. (2002). *Cultural Consumption and Practices: A National and Cross-National Perspective*. Ciudad de Helsinki, Departamento de Asuntos Urbanos. Actas del simposio sobre estadísticas culturales, Instituto de Estadística de la UNESCO, 21 al 23 de octubre de 2002.
- Michalos, A. (2003). *Essays on the Quality of Life*, Social Indicators Research Series, Vol. 19. Kluwer, Dordrecht.
- Michalos, A. (ed.) (2005). *Citation Classics from Social Indicators Research: The most cited articles*, Social Indicators Research Series, Vol. 26. Springer, Dordrecht.
- Ministry of Cultural Affairs, Statistics New Zealand (1995). *New Zealand Framework for Cultural Statistics 1995*.
- Ministry of Cultural Affairs, Statistics New Zealand (1996). *Household Spending on Culture*.
- Ministry for Culture and Heritage, Statistics New Zealand (2003). *A Measure of Culture: Cultural Experiences and Cultural Spending in New Zealand*.
- Ministry for Culture and Heritage, Statistics New Zealand (2005). *Employment in the Cultural Sector 2005*.
- Ministry of Education (1998). *Cultural Industry Committee Final Report*. Helsinki: Ministerio de Educación.
- Myerscough, J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Britain*. Londres: Instituto de Estudios Políticos.
- Navrud, S. and Richard C. Ready (2002). *Valuing Cultural Heritage: Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artefacts*. London: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (2003). *Québec Culture and Communications Activity Classification System 2004*. Québec City: Institut de la statistique du Québec.
- Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA), Interarts, UNESCO (2004). Cultural Indicators of Human Development in Africa, informe final, seminario internacional, Maputo 3 a 5 de marzo de 2004.
- Observatory of Cultural Policies in Africa (OCPA). (2006) *Indicateurs culturels pour le développement humain en Afrique, projet de recherche*. Maputo
- OCDE (1993). El Sistema de Cuentas Nacionales, 1993 – Glosario. París: OCDE.
- OCDE (2007). *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Paris.
- OCDE (2008). Glosario de términos estadísticos de la OCDE.
- Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) (2002). *Les industries culturelles des pays du Sud: Enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*.

Países BIMSTEC (2006). Iniciativa y Plan de Acción Paro. Primer BISMTEC sobre Cooperación Cultural, Paro, Bhutan, mayo de 2006.

Pratt, A. C. (2001). "Understanding the cultural industries: Is more less?" *Culturelink* 35, pp. 51-68.

Pratt, A. C. y N'deck Ndiaye (2004). *The Music Industry in Senegal: The Potential for Economic Development*, informe a la UNCTAD. Londres.

Scanlon, R. y R. Longley (1984). "The arts as an industry: the economic importance to the New York-New Jersey Metropolitan Region" en W. Hendon, D. Shaw y N. Grant (Eds.) *The Economics of Cultural Industries*, pp. 93-100. Association for Cultural Economics, United States of America: University of Akron.

Secretariat of the Convention on Biological Diversity (SCBD) (2007). "Article 8(j): Traditional knowledge and the convention on biological diversity". Montreal.
<http://www.cbd.int/programmes/socio-eco/traditional/default.shtml>

Secretariat of the Pacific Community (SPC) (2002). *Regional Framework for the Protection of Traditional Knowledge and Expressions of Culture*.

Sen Amartya (2000). *Culture and development*. Reunión del Banco Mundial, Tokyo, 11 al 13 de diciembre de 2000.

Siwek S. (2002). *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2002 Report*. Washington, D.C: The International Intellectual Property Alliance.

South African Cultural Observatory. *The Economics of Culture and Cultural Statistics in South Africa* : http://www.culturalobservatory.org.za/pdf_files/econ_of_culture.pdf

Statistics Canada (1997). *Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective*. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada (1998). *Quality Guidelines*. 12-539-XIE. Tercera Edición , octubre de 1998.

Statistics Canada. (2004a) Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. *Canadian Framework for Culture Statistics*. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada. (2004b) Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. *Economic Contribution of Culture in Canada*. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Canada. (2004c) Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. *Economic Contribution of the Culture Sector in Canada – A Provincial Perspective*. Ottawa: Statistics Canada.

Statistics Finland (2005). *Cultural Statistics* [Online] (http://www.stat.fi/til/klt_en.html).

Statistics Finland (2005). *Leisure Survey* [Online] (http://www.stat.fi/til/klt_en.html).

Statistics Finland (2006). *Mass Media* [Online] (http://www.stat.fi/til/klt_en.html).

Statistics Finland (2006). *Mass Media Market 2000 – 2004* [en línea] (http://www.stat.fi/til/klt_en.html).

Statistics Finland (2006). *Time Use Survey* [en línea] (http://www.stat.fi/til/klt_en.html).

Statistics New Zealand (2000). *Government Spending on Culture – article* [en línea] (<http://stats.gov.nz/products-and-services/Articles/spemd-on-cult-90-99>).

Statistics New Zealand (2003). *Cultural Experience Survey* [en línea] (<http://stats.gov.nz/NR/exeres>).

Steinberg, C. (2001). "Culture and sustainable tourism". *Recognising culture: a series of briefing papers on culture and development*. Comedia, Department of Canadian Heritage, UNESCO.

- Thorhauge, J. (2003). "Danish Strategies in Public Library Services to Ethnic Minorities", ponencia preparada para el Congreso Mundial de Bibliotecas e Información: 69ª Conferencia General y Consejo de la IFLA, Berlín, 1a a 9 de agosto de 2003.
- Throsby, David. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- Throsby, David. (2005). *On the Sustainability of Cultural Capital*. Documento de Investigación No. 510, Sydney: Macquarie University.
- Uganda, Ministry of Gender Labour and Social Development (2006). *Uganda national culture policy*. Kampala.
- Naciones Unidas (2002). European Commission, IMF, OCDE, UNCTAD, WTO. *Manual on Statistics of International Trade in Services*. Documentos Estadísticos, Serie M No 86.
- Naciones Unidas (2005). *A Guide to Producing Statistics on Time Use: Measuring Paid and Unpaid Work*. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. New York: United Nations.
- Naciones Unidas (2007). *Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses Revision 2*. Documentos Estadísticos, Serie M No 67/Rev2. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. United Nations, New York.
- Naciones Unidas (2008). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revision 4*. Documentos Estadísticos: Serie M, No 4, Rev. 4. United Nations. New York.
- United Nations Statistics Division (UNSD) (1998). *Trial International Classification of Activities for Time-Use Statistics*. International Conference on Time Use, University of Luneberg, 22 al 25 de abril de 1998.
- United Nations Statistics Division (UNSD) (2009). *Central Product Classification, 2ª Versión*. <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.asp>
- UNCTAD/OMPI (2001). *Developing Countries Becoming a Global Player: Opportunities in the Music Industry. Cuban Music Industry Development and Marketing Plan*. Geneva: UNCTAD/ WIPO.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2005). *Human Development report 2004: Cultural Liberty in Today's Diverse World*. New York: UNDP.
- UNESCO (1970). *Recomendación sobre la normalización internacional de las estadísticas relativas a las bibliotecas*. Minutas de la XVI Sesión de la Conferencia General, 12 de octubre al 14 de noviembre de 1970.
- UNESCO (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (1986). *The UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Comisión estadística y económica para Europa, UNESCO, Conferencia de estadísticos europeos. Tercera reunión conjunta sobre estadísticas culturales, 17 al 20 de marzo de 1986. CES/AC/44/11. 13 de febrero de 1986.
- UNESCO (1988). *Las técnicas tradicionales de restauración: un estudio del RAMP*. Paris: Unesco, 1988.
- UNESCO. (1992) *Culture industries for development in Africa: Dakar plan of action*, Organization of African Unity. Dakar.
- UNESCO (1995). *Nuestra Diversidad Creativa*. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Paris: UNESCO.
- UNESCO (1997), *Guía metodológico para la captación de información sobre la Artesanía*. Paris : UNESCO.

- UNESCO (1999). *The value of culture*. Ponencia presentada en el foro Desarrollo y Cultura. IADB-UNESCO, París 11 y 12 de marzo de 1999.
- UNESCO (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2003a). *Workshop On Culture And Development In Nepad's Programme Of Action*. Paris : UNESCO.
- UNESCO (2003b). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2003c). *Language Vitality and Endangerment*, Paris: UNESCO.
- UNESCO (2005a). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2005b). *Diagnóstico y metodología para diseñar indicadores culturales en los países centroamericanos*. Documento de Trabajo, Seminario subregional sobre indicadores culturales en Centroamérica, San José Costa Rica, 6 al 8 de septiembre de 2005. Oficina de la UNESCO en México.
- UNESCO (2007). World Heritage: [en línea] <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>
- UNESCO (2008). *La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica*. UNESCO San José: CECC. San José, Costa Rica.
- UNESCO (2009a). Cultura Sector.
http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=35263&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO (2009b). Atlas UNESCO de las lenguas en peligro en el mundo, New Edition.
http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=44605&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO-UIS (2005). *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO..
- UNESCO-UIS (2006a). *Creating Global Statistics for Culture: Expert Scoping Study*. Documento presentado al UIS por el grupo BOP Consulting.
- UNESCO-UIS (2006b). *Guidelines for Measuring Cultural Participation*. Documento presentado al UIS por Adolfo Morrone. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO..
- UNESCO-UIS (2006c). *Evaluating Language Statistics: The Ethnologue and Beyond*. Documento presentado al UIS por John C. Paolillo. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO..
- UNESCO-UIS (2006d Re-edition). *Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE97)*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO..
- UNESCO-UIS (2007). *Borrador Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO - 2009*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO.
- UNESCO International Trade Centre (UNESCO-ITC) (1997). International Symposium on “Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification”, Manila.
- United Nations Statistical Commission (UNSC) and Economic Commission for Europe (ECE). (2000). *Terminology on Statistical Metadata*. Conferencia de Estadísticos Europeos – Estudios y Estándares Estadísticos – No. 53. UN, New York.
- Wallis, R. (2001). *Best Practice Cases in the Music Industry and their Relevance for Government Policies in Developing Countries*, informe para la OMPI-UNCTAD.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. London: Oxford University Press.

Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) (1957). *Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas*. Ginebra OMPI.

Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) (1971). *Clasificación Internacional de Patentes*. Ginebra OMPI.

Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) (1979). *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*. Base de datos de la OMPI sobre propiedad intelectual Textos jurídicos. Ginebra.

Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) (2003). *Guía de la OMPI para Determinar la Contribución Económica de las Industrias Relacionadas con el Derecho de Autor*. Ginebra OMPI.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2004). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica*. Madrid: OMT.



El *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009* establece un modelo conceptual que permite definir el ámbito de la cultura para fines estadísticos. Es una herramienta para organizar y producir información comparable sobre asuntos culturales. En tanto instrumento de clasificación, aplica al mundo de las estadísticas de la cultura taxonomías de actividades, bienes y servicios de reconocidas clasificaciones internacionales estandarizadas.

El Marco 2009 ha sido desarrollado a través de un intenso proceso de consulta con los Estados Miembros, expertos en estadísticas y políticas culturales, así como representantes de organizaciones internacionales. Este Marco toma en cuenta cambios globales en la tecnología, en nuestro entendimiento de asuntos culturales fundamentales, avances en los aspectos de medición, y transformaciones en las prioridades de las políticas culturales que han ocurrido desde la versión previa de 1986.

Este instrumento ha de servir como estímulo para una medición mejorada de los fenómenos culturales y para la promoción de las estadísticas sobre la cultura a escala global de modo que se brinde un apoyo efectivo a la toma de decisiones basada en evidencia. En último término, este Marco establecerá los cimientos para nuevas metodologías, producción de datos e indicadores desarrollados por el Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS), así como para las acciones de la UNESCO en el ámbito de la cultura.



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

INSTITUTO
de
ESTADÍSTICA
de la UNESCO

Instituto de Estadística de la UNESCO

C.P. 6128, Succursale Centre-Ville
Montréal, Québec H3C 3J7
Canada

<http://www.uis.unesco.org>

El Instituto de Estadística de la UNESCO (UIS) es la oficina de estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y es depositario de la ONU de las estadísticas internacionalmente comparables en los campos de la educación, la ciencia y la tecnología, la cultura y la comunicación.

