

INDICADORES CULTURALES EN COLOMBIA



David Melo, Subdirector de Libro y
Desarrollo (davidm@cerlalc.org)

1. Políticas culturales en Colombia
2. El Sistema Nacional de Información Cultural
3. El Estudio de Economía y Cultura
 - 3.1 La cuenta satélite del sector cultural
 - 3.2 Estudios sectoriales
 - 3.3 Indicadores sociales
4. Estudios de consumo cultural
5. Estudios culturales y otros grupos de investigación relacionados
6. Experiencias transnacionales
7. Perspectivas

1. POLÍTICAS CULTURALES EN COLOMBIA

- Aproximadamente 40 millones de personas
- 32 departamentos y 1090 municipios
- 70% de la población se encuentra en centros urbanos.
- Hay 64 grupos étnicos que representan el 2% de la población total.
- Hay 30.000 guerrilleros y 10.000 paramilitares vinculados con narcotráfico que representan 0.001% de la población total.
- Hasta 1991 el organismo del nivel nacional encargado de las políticas culturales era Colcultura, uno de las 48 instituciones adscritas al Ministerio de Educación.
- Su presupuesto era de US\$ 5 millones, de los cuales US\$ 3.5 se destinaban a funcionamiento, US\$1.0 se destinaban a programas de inversión y US\$ 0.5 para ong´s culturales.
- El 90% de la inversión se destinaba a proyectos culturales en Bogotá, Cali y Medellín. El 75% de la inversión se destinaba a las Bellas Artes.

1. POLÍTICAS CULTURALES EN COLOMBIA

- En 1991 se expide una nueva Constitución Nacional que reconoce la diversidad cultural del país e instaura un modelo de descentralización del Estado.
- En 1992 se inicia la conformación de un Sistema Nacional de Cultura y en 1997 se crea el Ministerio de Cultura. En este período se realizan dos ciclos del Programa CREA, una Expedición por la Cultura Popular.

NIVEL NACIONAL

Ministerio de Cultura

Consejo Nacional de Cultura

Fondo Mixto Nacional de Promoción de la Cultura y las Artes

NIVEL DEPARTAMENTAL

Institutos, Secretarías u Oficinas Departamentales de Cultura

Consejos Departamentales

Fondos Mixtos Departamentales

NIVEL MUNICIPAL

Institutos o Casas de Cultura Municipal

Consejos Municipales

1. POLÍTICAS CULTURALES EN COLOMBIA

- En 1997 los principales programas del Ministerio de Cultura son:
 1. Fortalecimiento de los procesos de descentralización-participación.
 2. Programa de estímulos a la creación y la investigación.
 3. Programa de promoción del patrimonio cultural.
 4. Programa de fortalecimiento de radios comunitarias.
 5. Programación de televisión cultural.
 6. Programa de formación artística y cultural.
 7. Programa de concertación con organizaciones sin ánimo de lucro.
- En 1999 se formulan los Diálogos de Nación y se crea el Estudio de Economía y Cultura.
- Entre 2001 y 2002 se formula un Plan Nacional de Cultura. En 2001 se crea el Observatorio de Políticas Culturales
- En agosto de 2002 cambia el gobierno que define dos prioridades: Plan Nacional de Música y Plan Nacional de Lectura

2. EL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN CULTURAL

- A principios de los noventa, por iniciativa de UNESCO se acuerda la creación del Sistema de Información Cultural de América Latina y el Caribe -SICLAC-.
- En 1999 se presenta en la página web del Ministerio de Cultura el SINIC (www.mincultura.gov.co), sistema de nacional de información cultural.
- El SINIC cuenta con nodos en los 32 departamentos y 4 distritos del país.
- Está organizado en 4 categorías: agentes culturales, eventos culturales, recursos culturales y proyectos culturales.
- Permite construir análisis estadísticos y elaborar mapas culturales.
- Por quinta vez desde su creación, el Ministerio ha tomado la decisión de revisar las categorías del SINIC y ajustar los formularios de recolección de la información. En opinión de varias personas consultadas, está desactualizado.
- En mi opinión, el SINIC tiene información muy valiosa y lo que se necesita es divulgarla y continuar ampliándola.

3. EL ESTUDIO DE ECONOMÍA Y CULTURA

- Objetivo inicial: calcular el PIB cultural
- Primera fase:
 1. Indicadores de producción, ventas, empleo, comercio exterior de las industrias culturales.
 2. Políticas culturales y economía: conceptos generales.
- Segunda fase:
 1. Cuenta satélite del sector cultural
 2. Indicadores económicos de patrimonio, artes, formación.
 3. Políticas culturales: incentivos tributarios, acuerdos de libre comercio (ALCA)
 4. Fomento de pequeñas y medianas empresas culturales
 5. Estudios de impacto local
 6. Indicadores sociales

3.1 LA CUENTA SATÉLITE DEL SECTOR CULTURAL

- Alianza con el Departamento Nacional de Estadísticas
- Decisión de conformar una “cuenta satélite”, ante la dificultad de definir el sector
- Complejas discusiones para escoger las clasificaciones de acuerdo con la normatividad internacional
- Complejos ejercicios de discusión para decidir qué proporción de una determinada clasificación corresponde al propósito del estimativo y cuál no. Ejemplo: en el caso de los servicios de imprenta, se buscaría incluir únicamente los servicios para la industria editorial (libros, prensa, revistas) y excluir los servicios de imprenta para tarjetas, papelería, etc.
- El próximo año se hará una encuesta específica para incluir la economía informal

3.2 ESTUDIOS SECTORIALES Y DE POLÍTICAS

- Estudio estadístico de la industria editorial
- Mapa de librerías
- Estudio del sector cinematográfico
- Estudio del sector fonográfico
- Estudio de la producción fonográfica independiente en Cartagena de Indias
- Estudio de impacto económico del sector cultural en Bogotá
- Estudio de impacto económico del Centro Histórico de Bogotá
- Estudio sobre financiación de la actividad cultural
- Estudio sobre el Acuerdo de Libre Comercio de las Américas


3.3 INDICADORES SOCIALES - ÁMBITOS DE ANÁLISIS

- Identidades culturales: sentidos de pertenencia, percepción de sí mismo, percepción de los otros, relación con los otros, narrativas de la identidad, procesos y actos de reconocimiento
- Fortalecimiento de institucionalidad democrática y ciudadanía: pluralismo, visibilidad de diferentes actores, contraste de puntos de vista diversos, desarrollo de derechos fundamentales (derechos culturales), posibilidad de participación de minorías.
- Relación de la cultura con los procesos de desarrollo: la cultura en los planes de desarrollo, participación de la cultura en procesos comunitarios, relación cultura-desarrollo humano
- Diversidad cultural e interculturalidad: expresión y promoción de culturas diversas, intercambio entre culturas, relación entre culturas locales y culturas mundializadas, producción y circulación de productos culturales tanto locales como de otras culturas.
- Equidad cultural: igualdad de acceso, igualdad de insumos, igualdades de resultados, igualdad de capacidades

3.3 INDICADORES SOCIALES - ÁMBITOS DE ANÁLISIS

- Consumo cultural: usos sociales de productos culturales, lugares del consumo, hábitos de consumo, tipologías de públicos, diversidad del consumo, cultura activa-cultura pasiva, consumo de medios, participación en eventos culturales
- Integración, globalización e industrias culturales: producción de bienes y servicios culturales en espacios de integración, circulación (distribución) de productos culturales en espacios de integración, coproducciones, circulación de productos culturales en zonas fronterizas.
- Generación de empleo: naturaleza de empleadores, clases de empleos, duración promedio del empleo cultural, sistema de formación para el empleo, tipo de contratos, calidad del empleo.
- Perspectiva de género: reconocimiento de género en productos culturales, empleo cultural por género, distribución de consumo de productos culturales por género.
- Educación y cultura: acceso a conocimientos, sistemas de circulación de los conocimientos, matriales de apoyo a procesos educativos, educación artística, formación y empleo cultural
- Memoria y cultura: espacios de conservación, difusión de patrimonio cultural.

4. ESTUDIOS DE CONSUMO Y PARTICIPACIÓN CULTURAL

- Encuesta Nacional de Cultura
 - Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura
 - Encuesta de percepción del cine colombiano
 - Encuesta de percepción del teatro colombiano
 - Encuesta de consumo cultural en la ciudad de Bogotá
- 

5. ESTUDIOS CULTURALES Y OTROS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS

- Centros de Estudios Culturales: Instituto Pensar (Universidad Javeriana), Universidad de Antioquia, Centro de Estudios Sociales (Universidad Nacional), Universidad Central, Universidad del Valle, Centro de Estudios Sociales (Universidad de los Andes)
- Otros grupos de investigación relacionados: Instituto Colombiano de Antropología e Historia; Universidad del Norte; Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (Universidad Nacional); Centro de Investigaciones y Educación Popular; Universidad de Manizales; Universidad Surcolombiana; Universidad del Atlántico; Instituto SER; Universidad Distrital.
- Estudios de firmas de mercadeo y manejo de medios

6. EXPERIENCIAS TRANSNACIONALES

- Estudios estadísticos de producción y comercio del libro: Colombia, México, Brasil, Argentina, Bolivia, Perú, Costa Rica, Argentina, Ecuador, Chile, Venezuela.
- Mapa de librerías: Colombia, México, Brasil, Chile, Costa Rica
- PIB cultural: Colombia, Chile
- Estudio de hábitos de lectura: Colombia, Chile.
- Estudios de medición de audiencias: IBOPE, Estudio General de Medios.

7. PERSPECTIVAS

- Conviene construir sistemas de información por niveles:
 - Comparación internacional: pocos, sencillos, normalización internacional.
 - Comparación nacional o departamentales: políticas públicas, equidad, distribución de presupuestos, tendencias.
 - Análisis locales: próximos a las fuentes y sus necesidades.
- A nivel internacional, se requiere la promoción de metodologías y el entrenamiento de grupos de investigación para la construcción de indicadores.
- A nivel nacional y local, es necesario articular el sistema de información cultural con:
 - Los grupos de definición de políticas culturales y presupuestos del sector
 - Los grupos de investigación relacionados
 - Medios de comunicación y grupos sociales
- A nivel local, es necesario integrar a las diferentes fuentes de información primaria, identificar motivaciones específicas para el suministro de información, generar mecanismos de comunicación eficientes interactivos para mantener la información actualizada.
- En todos los niveles: comprender la construcción del sistema de información como un proceso de largo plazo de alto dinamismo

MUCHAS GRACIAS

David Melo

Subdirector de Libro y Desarrollo

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el
Caribe -CERLALC-

davidm@cerlalc.org