

LA INDUSTRIA DE LA CULTURA: UNA ALTERNATIVA PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN AMÉRICA LATINA

María Cristina Villacis Mejía¹
Roberto Carmelo Pons García²
Carlos Garrido Cornejo³

Resumen:

Esta investigación tiene como objetivo aportar elementos que contribuyan al análisis y apreciación de la importancia que tiene el sector de la industria de la cultura, tomando como objeto de estudio el patrimonio cultural con un enfoque turístico en función del desarrollo económico, social y cultural de América Latina. La información procesada se presenta en matrices comparadas de los indicadores de cultura, que propone el Manual Metodológico para la implementación de las Cuentas Satélite de la Cultura (CSC) y su aplicación en los once países miembros del Convenio Andrés Bello (CAB). Se tomaron como referencia, los indicadores de turismo que propone el Anuario de Turismo (AT) con la información que los ministerios de turismo de los once países CAB disponen junto con los indicadores económicos que contemplan las CSC y Cuenta Satélite de Turismo en los once países del CAB. Se determinó que la cultura y el patrimonio no cuentan con indicadores similares entre los países miembros del CAB, debido a esto se dificultan medir el aporte de la cultura en el sector del turismo, por lo que se debe consensuar entre los países las diferentes metodologías y herramientas que se aplican y permita la comparabilidad entre estos instrumentos. La oportunidad que tiene al momento el sector de la cultura es que en cada país ya se evidencia que se puede medir su aporte como cualquier otro sector.

Palabras claves: Industria de la cultura. Turismo cultural. Patrimonio cultural. Cuenta satélite de la cultura. Convenio Andrés Bello.

THE INDUSTRY OF CULTURE: AN ALTERNATIVE FOR DIVERSIFICATION OF THE TOURIST ACTIVITY IN LATIN AMERICA

Abstract:

This paper aims to foster elements to analyze the importance of Culture Industry, having as a goal the research of Cultural Heritage with a touristic view according with the economic, social and cultural development in Latin America. The data was processed in compared matrices with cultural indicators proposed in the Methodological Manual for implementation of the Satellite Accounts of Culture (SAC) and its application in the eleven countries that are members on Andres Bello Agreement (ABA). The tourism data references were taken from the Tourism Yearbook with the information that the eleven Ministries of Tourism have, with the economic data that are located in the SAC and the Satellite Tourism Accounts (STA) in these eleven countries. The results found in this research were that countries members of ABA do not have the same indicators for culture and patrimony, that is why is very difficult to measure the input that culture has in tourism activities. So, these countries must agree to use only one Methodology and the same tools to apply them in the culture and tourism sectors in each country.

Keywords: Cultural Industry. Cultural Tourism. Cultural Heritage. Satellite Tourism Account. Andres Bello Agreement.

A INDÚSTRIA CULTURAL: UMA ALTERNATIVA PARA A DIVERSIFICAÇÃO DO TURISMO NA AMÉRICA LATINA

Resumo:

Esta pesquisa tem como objetivo fornecer elementos que contribuam para a análise e apreciação da importância do sector da indústria da cultura, tendo como estudo de caso a herança cultural com um foco do turismo em termos de desenvolvimento económico, social e cultural da América América. A informação processada é apresentado em matrizes de indicadores de cultura, que propõe o Manual de Metodologia para a implementação da Conta Satélite da Cultura (CSC) e sua aplicação nos onze países em comparação membros

¹ Magister. Docente de la Carrera de Turismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Directora del componente turístico del proyecto "Puesta en valor del Capaq - Ñan tramo Achupallas - Culebrillas y Carchi, 2010. Directora del componente turístico del proyecto "Creación del ATP San Pablo del Lago". 2014. E-mail: Cris1992villa@gmail.com..

² Doctor. Docente de la Carrera de Turismo de la Universidad de Matanzas Cuba. Vicedecano de Investigación de Posgrados de la Facultad de Economía e Informática. Director de Tesis Doctorales. E-mail: robertopons@umcu.cu.

³ Magister. Profesor Investigador Facultad de Turismo Hotelería y Gastronomía de la Universidad Tecnológica Equinoccial. Director del Proyecto de Investigación: Estudio de aplicación de buenas prácticas ambientales para el turismo sostenible en los establecimientos de alojamiento en sitios patrimoniales: Caso Centro Histórico de Quito. E-mail: carlos.garrido@ute.edu.ec.

da Andrés Bello (CAB). Eles foram tomados como referência, os indicadores de turismo propostos pelo Anuário do Turismo (AT) junto com a informação de que os ministérios de turismo dos onze países do CAB que disponibilizam indicadores. Países esses equipados com indicadores econômicos que abordam a CSCe do CST nos onze países membros do CAB. Determinou-se que a cultura e o patrimônio não tem indicadores semelhantes nos países membros do CAB, motivo pelo qual é difícil de medir a contribuição da cultura no setor do turismo, de modo que os países devem acordar entre diferentes metodologias e ferramentas aplicadas e permitir a comparabilidade entre estes instrumentos. A oportunidade é quando o setor da cultura em cada país já é uma evidência que pode medir sua contribuição como qualquer outro setor.

Palavras-chave: Indústria cultural. Turismo cultural. Herança. Cultura Conta Satélite. Convênio Andrés Bello.

1 INTRODUCCIÓN

La relación cultura, patrimonio y economía es compleja, su análisis y comprensión debe ser realizada desde un enfoque integrador que atienda la diversidad de temáticas vinculadas al desarrollo y a la promoción de la industria de la cultura. En los marcos del sistema capitalista, se condiciona esta relación a la utilización de un sistema que explica los fenómenos solo desde la perspectiva de la realización del capital, mediante una mercantilización de la producción cultural. El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA, 2011) indicó que a pesar que América Latina (AL), cuenta con un importante conjunto de foros técnicos, múltiples diagnósticos y recomendaciones sobre el tema, todavía no existe un tratamiento estratégico conjunto del sector de las industrias culturales como tal.

Asimismo, en América Latina se prevé “la adopción de instrumentos y compromisos específicos para el desarrollo de las industrias culturales, complementarios a los mecanismos comerciales existentes que inciden en esta industria”. (SELA, 2011, p. 3). Entre estos se puede enunciar la liberación comercial en materia de bienes y servicios, la promoción, la facilitación del comercio, desarrollo de la infraestructura física, transporte y el fomento en función del desarrollo del turismo.

Para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2008) al combinar creatividad y bienes, nace una nueva clase de productos conocidos como bienes y servicios creativos, de los cuales los bienes y servicios culturales constituyen un subgrupo conformado por productos de contenido artístico y cultural además de su carácter esencialmente creativo. Para la Comunidad Andina CAN (2010) las industrias culturales constituyen las expresiones que producen y distribuyen bienes y servicios culturales, que circulan en los medios de comunicación y en el libre

mercado generando empleo e ingresos.

La industria cultural agrupa a los bienes y servicios culturales como: literatura, música, artesanías, gastronomía, patrimonio cultural y teatro entre otras, estudia el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación, esto significa que se lleva la cultura al plano de la disponibilidad de los recursos, las formas más eficientes de su gestión y utilidad que se genera por el uso y consumo de bienes y servicios culturales. Para esta investigación se tomará en cuenta solo el patrimonio cultural.

El patrimonio es definido por la UNESCO (1972) como un legado de monumentos y sitios de gran riqueza natural y cultural que pertenece a una sociedad; además promueve el cuidado, protección y conservación debido a su gran valor. Para Rivera (2012), es un conjunto de bienes que se consideran constitutivos de una determinada herencia. Para Camarero (2008) son los elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico que identifican y diferencian a un país o ciudad. Cuenca (2013) enuncia que el estudio del patrimonio es de vital importancia para conocer el pasado y definir la identidad cultural de un pueblo. Por ello el turismo como actividad económico - social que involucra el desplazamiento de personas de un lugar de origen a un destino cualquiera puede ser la herramienta para visibilizar y valorar la riqueza cultural y patrimonial de un pueblo, país o región.

El patrimonio está ligado íntimamente al turismo, para Romo (2012) el Turismo es el movimiento de personas que abandonan su lugar de residencia, las actividades que realizan en un destino durante su permanencia, los productos y servicios que consumen así como lo resultados que el mismo tiene en los destinos en el ámbito físico, económico y sociocultural. Al hablar de Turismo Panosso (2012) pretende caracterizar un fenómeno sociocultural, los impactos y los sectores económicos, culturales, sociales y ambientales afectados y alimentados por el desplazamiento de personas en el globo terrestre, “Turismo significa mucho más de lo que las palabras pueden expresar y puede verse como el reflejo de prácticas sociales que comprenden también representaciones sociales.” (PANOSSO NETO, 2012, p. 54)

El crecimiento del turismo a nivel mundial ha permitido su diversificación y evita la concentración en la modalidad de “producto de sol y playa” como ocurrió en épocas pasadas, uno de los ejes de esta diversificación ha sido el turismo cultural. Según Olmos y García (2011, p. 77), se refiere al turismo cultural como: “[...] a aquellos viajes que se realizan con el objetivo de conocer la historia, costumbres y tradiciones del destino, a través de sus manifestaciones culturales, de la visita [...] permitiendo de este modo un enriquecimiento cultural para el viajero”.

La Organización Mundial del Turismo OMT (2013, p.1) en su publicación Turismo y patrimonio cultural inmaterial, considera que: “El turismo cultural es uno de los fenómenos más importantes y diversos del turismo

contemporáneo, que ha demostrado estar abierto a un proceso continuo de innovación y creación de nuevos productos en respuesta a la demanda de nuevas experiencias turísticas y a la evolución del conocimiento en materia de gestión cultural". Por ello, de acuerdo con (MALLOR et al, 2013) el turismo cultural constituye una forma de turismo que obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su delimitación es altamente subjetiva.

El presente estudio delimita su alcance en los once países que forman parte del Convenio Andrés Bello (CAB), organismo internacional que aporta a los procesos de integración en educación, ciencia, tecnología y cultura. Esta investigación tiene como objetivo aportar elementos que contribuyan al análisis y apreciación de la importancia que tiene el sector de la industria de la cultura, tomando como objeto de estudio el patrimonio cultural con un enfoque turístico en función del desarrollo económico, social y cultural de América Latina.

2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 LA INDUSTRIA DE LA CULTURA, EL PATRIMONIO CULTURAL Y EL TURISMO CULTURAL

A finales del siglo XX se da inicio al estudio de la industria de la cultura llamada como "economía de la cultura". Para Towse (1997), la economía de la cultura cumple con el proceso de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales y toma en consideración la necesidad de llevar la cultura al plano de la disponibilidad de los recursos y las formas eficientes de su gestión. Para Bird (1997) es el estudio de los agentes del conocimiento, producción, intercambio, distribución, y consumo de los bienes y servicios culturales.

Según Thosby (2001) los bienes culturales transmiten mensajes simbólicos a quienes los consumen, son bienes de experiencia, en el centro de su proceso de producción está el trabajo creativo, encarnan o dan lugar a formas de valor que no se puede expresar totalmente en términos monetarios y que no pueden ser reveladas, bien sea en mercados reales o contingentes. Además presentan dos elementos importantes: La naturaleza peculiar de la formación de los gustos y la naturaleza del valor cultural.

Para Montiel (2004) enuncia que la industria cultural es el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen a la difusión masiva, nacional e internacional de la información, el entretenimiento y el acceso creciente en las mayorías. En la Convención sobre Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales la UNESCO (2005) define a las industrias culturales como aquella que combina la creación, producción y comercialización de contenidos

intangibles de naturaleza cultural, que puedan tomar la forma de bienes o servicios.

En esta línea es importante hablar sobre cultura que involucra el patrimonio cultural, para Mejía (2012, p. 3),

La creatividad que en cada generación le confiere significado al patrimonio cultural está vinculado a los procedimientos de representación de las culturas y de su patrimonio en entornos específicos que son legitimados por la misma colectividad que los producen como expresiones culturales propias.

La UNESCO (1972) introduce los términos natural y cultural en el concepto de patrimonio definiéndolo como un legado de monumentos y sitios de gran riqueza natural y cultural que pertenece a una sociedad; además, promueve el cuidado, protección e identificación del patrimonio natural y cultural del mundo, debido a su gran valor.

La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, México (1982) señala que patrimonio cultural es una forma de herencia que se debe preservar. En esta línea, el patrimonio cultural involucra varios aspectos de la cultura, lo tangible y lo intangible. Para Cuenca (2013) su estudio es de vital importancia para conocer el pasado y definir la identidad cultural de un pueblo.

Por ello, los bienes y servicios culturales, así como el patrimonio cultural pueden ser visibilizados a través del turismo, que es una actividad económica y social que nace a finales del siglo XIX, se ubica en el sector terciario o de servicios de la economía. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995) el mismo "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

Según Monfort y Uribe (apud UNIVERSIDAD DE CASTILLA – LA MANCHA, 2005, p.158), el turismo cultural es "aquel turismo que se caracteriza por la manifestación de un deseo de conocer y comprender las obras, los objetos, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local con la que se entra en contacto". Así, la OMT (2005, p. 13- 14), lo definió como los "movimientos de personas hacia atractivos culturales con el objeto de adquirir una nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros". Según Quesada (2010, p. 96), "se llama turismo cultural a los viajes que se realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos".

Richards (apud MORÈRE Y PERELLÓ, 2013, p. 22), también define al Turismo Cultural como "todos los movimientos de personas con destino a atractivos culturales concretos, como sitios de interés patrimonial manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de

arte y teatro, en ciudades ubicadas en países que no son su lugar habitual de residencia”.

El turismo cultural, investiga destinos con potencial para realizar viajes a lugares diferentes de la residencia habitual, de un público interesado por conocer otras culturas contemplando recursos culturales, principalmente los relacionados con la historia y el arte.

Para relacionar la cultura, el patrimonio cultural y el turismo para la presente investigación se analizan los once países que pertenecen al Convenio Andrés Bello (CAB): Chile, Colombia, Bolivia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, y Venezuela. Un instrumento de medición son las cuentas satélites tanto de la cultura como del turismo. El Departamento de Administración Nacional de Estadísticas de Colombia define a las cuentas satélites como “una extensión del sistema de cuentas nacionales, comparten sus conceptos básicos, definiciones y clasificaciones. Permiten ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional a determinadas áreas de interés socio-económico” (2007). En esta misma línea para el Servicio Nacional de Turismo (SNT) de Chile una cuenta satélite de turismo se considera como un “Sistema de información macroeconómica que permite conocer y dimensionar la contribución del turismo a la economía; identifica las actividades productivas que generan bienes y servicios destinados a turistas y cuantifica su aporte a la economía y sus relaciones con las demás actividades de producción” (1999). La OMT define a la cuenta satélite del turismo como: “una herramienta primordial para medir la contribución del turismo a la economía nacional, regiones o entidades sub- nacionales. Los conceptos, los métodos y los resultados han sido en cada caso claramente heterogéneos [...]” (2013).

Otro instrumento para definir indicadores de cultura y patrimonio es el manual metodológico de la CAB, (2014) “*Guía para la Implementación de la Cuenta Satélite de Cultura en Iberoamérica*, que facilite el proceso de formulación, puesta en marcha y retroalimentación de esta operación estadística del sector.

Todos los elementos abordados con anterioridad sin duda deben inducir al estudio de la industria de la cultura, su aporte al desarrollo socio –económico de América Latina a través del análisis de la real y potencial contribución del turismo cultural y la toma de decisiones correspondientes en este sentido.

3 FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

Para los fines de esta investigación, de carácter exploratoria y descriptivo, se incluyen en el estudio los once países latinoamericanos miembros del Proyecto Andrés Bello: Chile, Colombia, Bolivia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, y Venezuela. No se incluye España por su

ubicación geográfica.

Asimismo, se analizaron las Cuentas Satélites de la Cultura (CSC) de los once países, de los cuales Colombia, Chile y México, países miembros del CAB disponen de datos sobre la cultura. Además se investigó cuantos países miembros utilizan el Manual Metodológico para la Implementación de las CSC en Latinoamérica, este instrumento propone una serie de indicadores con relación a la cultura y cómo los países lo aplican en el territorio.

Con la información de las dos herramientas anteriormente mencionadas se determinaron las variables que miden el patrimonio cultural. Del mismo modo, se analizó la información que dispone el Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (IPANC) creado por el CAB en el 2006, cuya sede es Ecuador, su información en cuanto a indicadores del patrimonio cultural y su incidencia en la economía. De la verificación realizada se determinó que el IPANC, está orientado al desarrollo de programas y proyectos del patrimonio material e inmaterial.

Otro documento analizado fue el resultado de la Mesa de Trabajo Virtual llevado a cabo en junio del 2014 sobre las experiencias de la cuenta satélite de la cultura de los once países miembro del CAB. En dicha mesa de trabajo se clasifica a los países por el nivel de participación que han desarrollado: países con implementación y resultados consolidados, países con avances en sus cálculos y países en proceso de implementación. Para la investigación se consideran los tres grupos de países.

Por otro lado, para el estudio comparado del aporte de la cultura, el patrimonio en el turismo se analizaron los datos del barómetro de Turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT) 2014, en específico, los datos de crecimiento del turismo en América en los once países del CAB. Además, las Cuentas Satélites de Turismo (CST) y la información que dispone el Anuario de la OMT 2014 de los once países miembros del CAB los cuales fueron examinadas con la finalidad de conocer los indicadores de cultura, turismo cultural y realizar el cruce de los mismos con variables económicas.

En este contexto se revisó la información al respecto que asesora la biblioteca del IPANC con sede en Quito, Ecuador, además de los documentos publicados en la biblioteca virtual del CAB y la información del Observatorio de Cultura y Economía (OCE) que nace de una iniciativa del Ministerio de Cultura de Colombia.

La información procesada se presenta en matrices comparadas:

- Los indicadores de cultura que propone el manual metodológico para la implementación de las CSC y su aplicación en los once países miembros del CAB
- Los indicadores de cultura que propone el Barómetro de la OMT para su aplicación en las CST de los once países miembros del CAB.
- Los indicadores de turismo que propone el

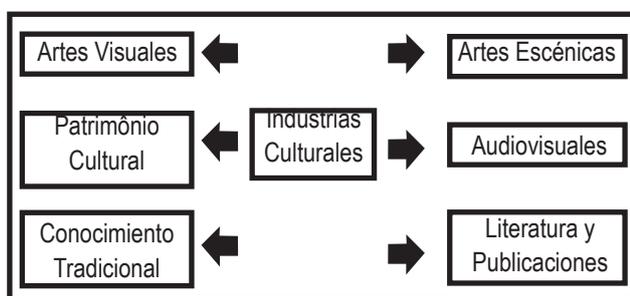
Anuario de Turismo (AT) con la información que los ministerios de turismo de los once países CAB disponen.

- Cruce de los indicadores de cultura que emite el manual metodológico con los indicadores de la misma que posee el Barómetro de la OMT
- Los indicadores económicos que contemplan las CSC y CST en los once países del CAB.

4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados de la investigación se agrupan en los aspectos propuestos por la UNCTAD (2008) sobre los cuales se definen las metodologías para las CSC. La misma propone seis ámbitos de la industria de la cultura. (Gráfico 1).

Gráfico 1: Ámbitos de la Industria de la Cultura.



Fuente: Elaboración propia en base a UNCTAD (2008).

El OCE que forma parte del CAB cuya finalidad principal es crear una red para articular a los actores que generen información y conocimiento, compartiendo las metodologías y resultados de las investigaciones sobre el sector cultura entre los miembros que conforman la red. Este observatorio tiene definido el alcance de la industria de la cultura pero aún no dispone de información estadística. Por tanto a futuro los resultados servirán para la toma de decisiones, mejorar la competitividad de las industrias culturales y facilitar el acceso a los bienes y servicios de las industrias culturales de los países miembros del CAB.

El manual metodológico para la implementación de las CSC elaborado por la CAB agrupa los seis ámbitos propuestos por la UNCTAD (2008) de los cuales el 27,27% de los países miembros lo aplican en sus CSC: México, Chile y Colombia, el restante 72,73% no cuenta con CSC, o si tienen CSC no registran o no publican sus resultados, otros países están en proceso de construcción de la CSC.

El CAB propone doce indicadores sobre cultura en el manual metodológico para la implementación de las CSC. Los países de México, Chile y Colombia disponen de CSC, en la matriz comparada (Gráfico 2) se evidencia que Colombia y Chile cumplen con el 50% de los indicadores propuestos mientras que México con el 16,66%. Además los indicadores tomados en cada país son diferentes, lo que dificulta medir el impacto de la industria de la cultura.

Indicadores del Manual Metodológico (CAB):

1. Creación literaria, musical, teatral, etc.
2. Artes escénicas y espectáculos artísticos.
3. Artes plásticas y visuales
4. Libros y publicaciones
5. Audiovisual
6. Música
7. Diseño
8. Juegos y juguetería
9. Patrimonio material
10. Patrimonio natural
11. Patrimonio inmaterial
12. Formación artística

Gráfico 2: Matriz Comparada de aplicación de indicadores en los países miembros del CAB.

| Indicadores / Países | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Porcentaje de Coincidencia |
|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----------------------------|
| Colombia | | x | x | | x | x | | x | | x | | | 50% |
| Chile | x | x | x | x | x | x | | | | | | | 50% |
| México | x | x | | | | | | | | | | | 16,66% |
| | | | | | | | | | | | | | Media Porcentual 38,88% |

Fuente: Elaboración Propia.

De los datos que proporciona la Mesa de Trabajo Virtual (MTV) de las Cuentas Satélites en Iberoamérica desarrollada en el segundo semestre del 2013, cuyo objetivo fue identificar los diferentes problemas que se han presentado en el proceso de implementación de las CSC, se evidenció que los países miembros del CAB se ubican en tres grupos:

El primer grupo de países en los cuales están Colombia y Chile han implementado y disponen de resultados hasta el año 2012 y 2013 respectivamente.

Los países que se encuentran en proceso de implementación y tienen avances en sus cálculos son Ecuador, Perú, México y República Dominicana. Las cuentas satélites en estos países están manejadas por los Ministerios de Cultura y asistidos por los Institutos Nacionales de Estadística de cada país, la información no se encuentra en sitios web, pero presentan resultados de encuestas, ingresos a museos, entre otros; información utilizada en las CSC, este grupo de países considera indispensable tener información sobre la industria de la cultura, por ello las políticas públicas se han orientado en esta dirección.

El resto, es decir, el 45,44% de los países miembros del CAB (Bolivia, Cuba, Panamá, Paraguay y Venezuela) tienen la intención de implementación a corto plazo. (Gráfico 3).

Gráfico 3: Proceso de Implementación de las CSC en países del CAB.

| País | Implementación y producción de resultados | Proceso de implementación y avances en sus cálculos | Intención de implementación |
|----------------------|---|---|-----------------------------|
| Chile | X | | |
| Colombia | X | | |
| Ecuador | | X | |
| Perú | | X | |
| México | | X | |
| República Dominicana | | X | |
| Bolivia | | | X |
| Cuba | | | X |
| Panamá | | | X |
| Paraguay | | | X |
| Venezuela | | | X |
| TOTAL | 18,18% | 36,36% | 45,44% |

Fuente: Elaboración Propia.

Con relación a los indicadores económicos la CSC de Chile lo realiza a través de las importaciones y exportaciones de las artes visuales, cine y fotografía, impresos, arquitectura y diseño, música, radio y televisión en función de modelos de la UNESCO y el Anuario de la OMT. Colombia orienta sus datos en función de la oferta de los servicios culturales prestados, y por parte de la demanda, en función de los gastos en cultura. En el caso de México mide la participación de la cultura desde el PIB a partir de los indicadores de creación literaria, musical y teatral, las artes escénicas y espectáculos artísticos.

En artículo publicado por la OMT en diciembre 2014, entre enero y octubre de ese año, el volumen de turistas internacionales alcanzó 978 millones, 45 millones más que el mismo período del año 2013. Al experimentar un crecimiento del 4.7%, el turismo internacional sigue creciendo por encima de la tendencia a largo plazo prevista por la OMT para el

período 2010 - 2020 (3,8%), y probablemente acabe el año superando los 1.100 millones. Por regiones, el crecimiento más fuerte se registró en las Américas (8%). Por subregión América del Norte (9%).

El crecimiento en América del Sur (3%) se mantuvo en consonancia con la media de la región, Perú registró un crecimiento de dos dígitos (11%), mientras que Ecuador creció un (7%), Bolivia un (4,5), Paraguay y Colombia (+5%), Panamá y República Dominicana un (3%), Chile un (2,7), México un (19%) y Cuba un (5,3%).

La OMT crea el Barómetro como instrumento de medición estadística del turismo para lo cual define doce indicadores, asignándole el indicador nueve a las actividades culturales (Gráfico 4).

De los once países del CAB, seis países cuentan con CST. Con respecto a los datos publicados Ecuador, Perú y Bolivia coinciden en los doce indicadores del Barómetro de la OMT. Colombia cumple con once indicadores, Chile con diez y México con siete indicadores. Los indicadores que coinciden en los seis países son alojamiento para visitantes, actividades de provisión de alimentos y bebidas, actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas, otras actividades características del turismo, específicas de cada país. Con respecto al indicador de cultura de los seis países sólo cuatro incluyen información del mismo (Gráfico 5).

Gráfico 4: Indicadores para la medición estadística del Turismo.

| Metodología aplicada de la OMT en las C.S.T. |
|--|
| 1.- Alojamiento para visitantes |
| 2.- Actividades de provisión de alimentos y bebidas |
| 3.- Transporte de pasajeros por ferrocarril |
| 4.- Transporte de pasajeros por carretera |
| 5.- Transporte de pasajeros por agua |
| 6.- Transporte aéreo de pasajeros |
| 7.- Alquiler de equipos de transporte |
| 8.- Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas |
| 9.- Actividades culturales |
| 10.- Actividades deportivas y recreativas |
| 11.- Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específico en cada país. |
| 12.- Otras actividades características del turismo, específicos en cada país |

Fuente: elaboración propia en base a OMT (2014).

Gráfico 5: Relación de indicadores de la OMT utilizados por seis países del CAB.

| Indicadores/ Países | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Porcentaje de Coincidencia |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----------------------------|
| Colombia | x | x | x | x | x | x | x | x | x | | x | x | 91,66% |
| Chile | x | x | x | x | x | x | | x | | x | | x | 75% |
| México | x | x | | | | | x | x | | x | x | x | 58.33% |
| Bolivia | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 100% |
| Ecuador | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 100% |
| Perú | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 100% |
| | | | | | | | | | | | | | 87,5% |

Fuente: Elaboración Propia.

Otra herramienta analizada fue el Anuario de la OMT (2014). Los datos que dispone están sustentados en información proporcionada por los ministerios de turismo de los diferentes países. Ninguno de los once países del CAB concentra información en el 100% de los indicadores propuestos por este Anuario (Gráfico 6).

Gráfico 6: Indicadores del Anuario OMT.

| Indicadores anuario OMT 2014 |
|-----------------------------------|
| 1. Turismo emisor |
| 2. Turismo receptor |
| 3. Turismo interior |
| 4. Actividad hotelera (Hospedaje) |
| 5. Llegada de turistas |
| 6. Salida de turistas |
| 7. Gasto turístico |

Fuente: OMT 2014.

La mayoría cumple sólo entre cuatro o cinco indicadores y ninguno es común para todos los países. Esto dificulta la información y la correcta determinación del aporte del turismo en la economía de estos países. Además, los datos que envía cada ministerio tienen como base los años que van desde el 2009 hasta el 2015. Dicha información, algunos países la envían sólo con respecto al último año, y otros países hacen una agrupación de dos y más años (Gráfico 7).

En el (Gráfico 8) se muestra información respectiva sobre los diferentes indicadores de los instrumentos mencionados anteriormente que nos permiten establecer una comparación con respecto a indicadores relativos a la cultura en función del análisis que pretende esta investigación.

Con relación de los indicadores que miden las CSC y las CST se puede precisar que un indicador (9) en la OMT mide la cultura y el patrimonio, pero los datos que se disponen están en base a los ingresos a museos, bibliotecas, y por compra de artesanías, debido a estas variaciones resulta imposible realizar una comparación al respecto a partir de la información que brindan los instrumentos utilizados en las cuentas satélites de los dos sectores en estudio. Además los indicadores del Anuario solo están reflejados en función de la demanda, en base al turismo emisor, receptivo, interno y llegadas y salidas de turistas de cada país.

Gráfico 8: Análisis comparativo de indicadores sobre la cultura.

| Manual Metodológico CAB | Indicadores OMT | Anuario OMT 2014 |
|--|---|---------------------|
| Creación literaria, musical, teatral, etc. | Alojamiento para visitantes | Turismo Emisor |
| Artes escénicas y espectáculos artísticos. | Actividades de provisión de alimentos y bebidas | Turismo Receptor |
| Artes plásticas y visuales | Transporte de pasajeros por ferrocarril | Turismo Interno |
| Libros y publicaciones | Transporte de pasajeros por carretera | Actividad Hotelera |
| Audiovisual | Transporte de pasajeros por agua | Llegada de Turistas |
| Música | Transporte aéreo de pasajeros | Salida de Turistas |
| Diseño | Alquiler de equipos de transporte | Gasto Turístico |
| Juegos y juguetería | Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas | |
| Patrimonio material | <i>Actividades culturales</i> | |
| Patrimonio natural | Actividades deportivas y recreativas | |
| Patrimonio inmaterial | Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específico en cada país. | |
| Formación artística | Otras actividades características del turismo, específicos en cada país | |

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 7: Información de indicadores del Anuario OMT brindada por años de los países del CAB.

| Indicadores / Países | Años | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Porcentaje de Coincidencia |
|----------------------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|----------------------------|
| Colombia | 2015 | x | x | x | x | | | | 57.14% |
| Chile | 2012 | x | x | x | x | x | | | 71.42% |
| México | 2013 | | | | x | x | x | | 42.85% |
| Bolivia | 2011 - 2012 | | | | x | x | x | x | 57.14% |
| Ecuador | 2009 - 2013 | x | x | x | | | | | 42.85% |
| Perú | 2014 | | | | | x | x | | 28.57% |
| República Dominicana | 2015 | | | | | x | x | | 28.57% |
| Cuba | 2013 | | | | x | x | x | | 42.85% |
| Pánama | 2014 | | x | | x | | | x | 42.85% |
| Paraguay | 2014 | | x | x | x | x | | | 57.14% |
| Venezuela | 2014 | x | x | | | x | x | | 57.14% |
| | | | | | | | | | 48.04% |

Fuente: Elaboración Propia.

Los países miembros del CAB establecen ciertos indicadores económicos en diversos informes sobre el desarrollo de sus economías. Dichas mediciones se basan sobre todo en el Producto Interno Bruto (PIB), ingresos por llegadas y salidas de visitas, por ingresos de divisas, gasto turístico, exportación de bienes y turismo y recaudación tributaria. Igualmente con respecto a estos indicadores no existe coincidencia entre los once países (Gráfico 9).

Gráfico 9: Indicadores económicos de países miembros del CAB.

| Países | Indicadores Económicos |
|----------------------|---|
| Colombia | PIB |
| Chile | Exportación de Bienes y Turismo (\$) |
| México | Ingreso de Divisas |
| Bolivia | Gasto Turístico |
| Ecuador | Ingresos por Turismo y Exportación de Productos |
| Perú | Ingreso de Divisas |
| República Dominicana | Ingresos de Divisas |
| Cuba | Ingresos Económicos |
| Pánama | PIB |
| Paraguay | PIB |
| Venezuela | Recaudación Tributaria |

Fuente: Elaboración Propia.

5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente estudio las matrices de correlación entre los indicadores de la cultura del CAB y su aplicación en las CSC, ayudó a determinar que los países miembros lo hacen en forma parcial, pues no todos los países utilizan los doce indicadores, y su comparabilidad se vuelve compleja. Con toda probabilidad la realidad de cada país hace que la orientación y énfasis en cada indicador de la cultura dependa del momento y necesidad de utilización de los mismos en función de sus políticas de desarrollo económico – social y los imperativos del entorno específico de desarrollo de este sector.

Por otra parte en el sector del turismo la OMT ha creado mecanismos y herramientas para definir el crecimiento o decrecimiento de la actividad a nivel mundial. Los datos estadísticos están basados en el turismo emisor, receptivo, interno, llegadas y salidas de turistas. Esto significa que la información se concentra en función de la demanda turística. Un asunto esencial es la información que disponen las CST de los países a partir de los doce indicadores que corresponden a la cultura. Exactamente como sucede en la cultura, los resultados son parciales y no son coincidentes porque los indicadores en su aplicación son igualmente parciales y difieren en el registro y actualización de la información disponible en las CST.

Una de las preocupaciones en este sentido es la falta y la calidad de la información, la problemática de la medición, la delimitación de los indicadores, esto obstaculiza la medición de la magnitud de la industria de la cultura, el patrimonio y el turismo cultural. La comparación de la información entre los países del CAB es sólo posible parcialmente, lo que dificulta en consecuencia los análisis en este sentido entre los países miembros del CAB en cuanto a los aspectos tratados en esta investigación. No brindan, por tanto, la posibilidad de determinar y evidenciar el aporte de la cultura y el patrimonio de cada país o región a otros sectores, en este caso, al sector turístico.

El procedimiento para conocer el aporte de la cultura y el patrimonio en los once países es que los organismos e instituciones responsabilizados con la gestión de la cultura y el turismo en cada país, comulguen y utilicen herramientas o instrumentos homogéneos. Por tanto, los países del CAB que hoy agrupa a once países, así como otros países de la región que han mostrado interés por participar en este convenio deben generar instancias de diálogo sobre el tema para definir los procedimientos, herramientas e indicadores a utilizar en este sentido.

6 CONCLUSIONES

La cultura, el patrimonio y el turismo cultural están íntimamente relacionados pero lamentablemente no se vuelve visible su aporte a la economía y al sector turístico en específico en los once países del CAB por la falta de información actualizada, la falta de aplicación de los instrumentos metodológicos tanto en las CSC y CST.

El potencial crecimiento del turismo en América Latina entre el 8% y 9% representa una gran oportunidad para que los países orienten sus esfuerzos para que la cultura y el patrimonio cultural puedan ser visualizados a través de prácticas activas en los países visitados como vía de la diversificación de la industria turística de cada país, y así elevar la competitividad de este sector en la región.

Los indicadores económicos sobre cultura deben ser repensados por la naturaleza de la cultura, no solo puede ser cuantitativo su medición sino cualitativo, una buena iniciativa es la creación del IPANC a nivel del CAB.

Por la riqueza cultural que atesoran los países miembros del CAB su aporte al turismo permite crear y diversificar la oferta de un país en función del desarrollo turístico pero será fundamental disponer de información sistemática y actualizada sobre la industria de la cultura a través de procedimientos e indicadores homogéneos en este sentido que favorezcan la implementación de políticas y estrategias efectivas por las instituciones correspondientes de cada país.

En estos últimos años otros países como Argentina, Brasil, Costa Rica, Uruguay, El Salvador, Nicaragua y Honduras han demostrado su interés por adherirse al CAB, estos países disponen al momento de información sobre cultura, patrimonio y turismo cultural a través de sus publicaciones, a futuro se consolidará el sector de la cultura a nivel de región.

REFERENCIAS

- AUTORIDAD DE TURISMO DE PANAMÁ. Disponible en: <<http://www.atp.gob.pa/estadisticas-de-turismo-en-panama>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- BIRD-DAVID, N. Las economías: una perspectiva económico cultural. *International Social Science Journal*, pp 463-475, 1997.
- CAB. ORGANIZACIÓN DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO DE INTEGRACIÓN. Madrid, España. 1990.
- CAMARERO IZQUIERDO, C. *Marketing del Patrimonio*. Madrid, España: Pirámide. 2008.
- CUENCA, L. *El ABC del Patrimonio Cultural*. Universidad de Zulia. 2013.
- INSTITUTO IBEROAMERICANO DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL (IPANC). *Organización del Convenio Andrés Bello de Integración*. Madrid, España: CAB. 1990.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. ESTADÍSTICAS DE TURISMO EN BOLIVIA, 2012. Retrieved from <www.ine.gob.bo/default.aspx>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015
- MALLOR, E., GONZÁLEZ, M.; FAYOS, T. ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? 11 N° 2, 269-284. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 2013.
- MEJÍA, M. El Patrimonio cultural: Su gestión y significado. En: Anais del Congreso Euroamericano, VIII Campus de cooperación cultural, 2012.
- MINCETUR. Estadísticas e Indicadores. Recuperado de: <<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO COLOMBIA. Estadísticas de Turismo de Colombia. Recuperado de: <<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- MINTUR. Boletín de Estadísticas Turísticas Ecuador. Recuperado de: <<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/175-anuario-de-estadisticas-turisticas>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- MINTUR. Estadísticas de Turismo en Venezuela. Disponible en: <<http://www.mintur.gob.ve/mintur/turismo-en-cifras-2/>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- MITUR. Estadísticas Turísticas República Dominicana. Disponible en: <http://81.47.175.201/stodomingo/index.php?option=com_content&view=category&id=28&layout=blog&Itemid=40>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- MONTIEL, E. *La Cultura Recurso Estratégico de la Política Internacional*. Cátedra UNESCO gestión y políticas culturales. París: Universidad de Girona. 2004.
- OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMACIÓN DE CUBA. *Anuario Estadístico de Cuba*. Disponible en: <http://www.one.cu/aec2013/esp/15_tabla_cuadro.htm>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- OLMOS, L.; RAFAEL, G. *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid, España: Paraninfo. 2011.
- OMT. *Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*. Madrid, España. 1995.
- OMT. *City Tourism & Culture: The European Experience*. Madrid: World Tourism Organization. 2005.
- OMT. Anuario de estadística de turismo. Disponible en: <<http://statistics.unwto.org/es/content/anuario-de-estadisticas-de-turismo>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- OMT. *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid, España. 2013
- OMT. Panorama OMT Turismo Internacional. En: Anales de la 17ª REUNIÓN DE LA ONU. PARIS. 1972.[2014]. Anales ...OMT Press, 1972 [2014]. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- PANOSSO, A., & GUILHERME, L. *Teoria del Turismo*. Trillas. 2012.
- RIVERA, M. A. *Identidad y patrimonio arqueológico: el caso de la Tolita Pampa de Oro (Ecuador)*. Quito, Ecuador: FLACSO. 2012.
- ROMO, T. *Manual de Guías de Turismo*. Trillas. 2012.
- SENATUR. *Informe de Turismo Paraguay*. Disponible en: <http://www.senatur.gov.py/images/stories/pdf/Estadisticas/marzo2015/Informe_Estadistico_de_Turismo_Receptivo_2014.pdf>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- SERNATUR. *Cuadro Estadístico de Llegadas de Turistas Extranjeros al País a Enero 2015 Chile*. Disponible en: <<http://www.sernatur.cl/estadisticas-sernatur>>. Recuperado en: 20 de agosto de 2015.
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). *Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe*. 8-11. Venezuela. 2011.

THROSBY, D. *Economic and Culture*. Cambridge. 2001.

TOWSE, R. *The Arts, the heritage and the media cheltendam*. Cultural Economics. Edward Edgar. 1997.

UNESCO. Convención sobre Protección a la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París. 2005

UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA. *Gestión del Turismo Cultural y de Ciudad*. Sevilla, España: Universidad de Castilla - La Mancha. 2005.

Recebido em 20 de agosto de 2015.

Aprovado, em sua versão final, em 11 de setembro de 2015.

Avaliado anonimamente por pares.