

# La **CULTURA** fuente del desarrollo integral

Adalberto Saviñón Diez de Sollano



**centro lindavista**  
Centro de investigación,  
información y apoyo a la cultura, a.c.



## Mesa Directiva LX Legislatura Cámara de Diputados

### La Cultura, Fuente del Desarrollo Integral

© Centro de Investigación, Información y  
Apoyo a la Cultura, A.C.  
Insurgentes Norte # 1579, Col. Tepeyac Insurgentes,  
C.P. 07020 México, D.F.  
Tels. 5781-93 46 y 5781-59 40  
Web: [www.centrolindavista.org.mx](http://www.centrolindavista.org.mx)  
E-mail: [publicaciones@centrolindavista.org.mx](mailto:publicaciones@centrolindavista.org.mx)  
E-mail: [secretaria@centrolindavista.org.mx](mailto:secretaria@centrolindavista.org.mx)

© Adalberto Saviñón Diez de Sollano

#### Portada:

Mapa del pueblo de San Phelipe del Cuquío y su distrito  
(Jalisco) 1772, hecho por su corregidor Don Joachim de  
Mestas, Archivo General de Indias.

#### Edición, Diseño y Formación:

Niven Alina Mandujano Cervantes  
Hernando Monroy Torres  
Raymundo Revilla Revero

Primera Edición en Español 2008

**ISBN. 968-5080-09-7**

Reservados todos los derechos

Impreso en México / Printed in Mexico

#### Presidenta

- Dip. Ruth Zavaleta Salgado – PRD

#### Vicepresidentes

- Dip. V. Luis Sánchez Jiménez – PRD
- Dip. Arnoldo Ochoa González – PRI
- Dip. Cristián Castaño Contreras – PAN

#### Secretarios

- Dip. Esmeralda Cárdenas Sánchez – PAN
- Dip. María del Carmen Salvatori Bronca – CONVERGENCIA
- Dip. María Eugenia Jiménez Valenzuela – PRD
- Dip. Ma. Mercedes Maciel Ortiz – PT
- Dip. Patricia Villanueva Abraján – PRI
- Dip. Jacinto Gómez Pasillas – NA
- Dip. Antonio Xavier López Adame – PV
- Dip. Santiago Gustavo Pedro Cortés – ALTERNATIVA

#### Consejo Editorial

- Dip. María Elena de las Nieves Noriega Blanco Vigil – Presidenta
- Dip. Alfonso Suárez del Real y Aguilera – GPPRD
- Dip. María del Carmen Pinete Vargas – GPPRI
- Dip. Elías Cárdenas Márquez – Convergencia
- Dip. Diego Cobo Terrazas – GPPVEM
- Dip. Joaquín Humberto Vela González – GPPT
- Dip. Humberto Dávila Esquivel – GP Nueva Alianza
- Dip. Aída Marina Arvizú Rivas – GP Alternativa
- Dr. Guillermo Haro Bélchez – Secretario General
- Lic. Emilio Suárez Licona – Encargado de la Secretaría de Servicios Parlamentarios
- Dr. Onosandro Trejo Cerda – Director General del centro de Estudios de Derecho e Investigaciones Parlamentarias
- Dr. Héctor Juan Villarreal Páez – Director General del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas
- Dr. Jose Sergio Barrales Domínguez – Director General del Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria
- Dr. Francisco Luna Kan – Director General del Centro de Documentación, Investigación y Análisis
- Dr. Francisco Javier Guerrero Aguirre – Director General del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública
- Mtra. María de los Ángeles Corte Ríos – Directora del centro de estudios para el adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género

# ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>7</b>
<b>PRIMERA PARTE</b>	
<b>CULTURA Y DESARROLLO</b>	<b>11</b>
<b>1.- NUEVAS CIRCUNSTANCIAS MUNDIALES</b>	<b>11</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: COMO ANALIZA BIRMINGHAM LA EVOLUCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LA GLOBALIZACIÓN Y SU IMPACTO EN LA CIUDAD</i>	<b>14</b>
<b>2.- INTERRELACIONES CULTURA- ECONOMÍA-SOCIEDAD</b>	<b>15</b>
• <i>UN CASO DE INTERRELACIONES: LA MÚSICA POP</i>	<b>18</b>
• <i>OPINIÓN: LA CULTURA NO DEBE ESTAR SUPEDITADA AL “DESARROLLO”</i>	<b>18</b>
<b>3.- DESARROLLO A PARTIR DE LA TRADICIÓN</b>	<b>19</b>
<b>4.- EL DERECHO A LAS CULTURAS</b>	<b>22</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: ¿SE CUMPLEN LOS DERECHOS CULTURALES PARA LOS POBRES?</i>	<b>27</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: LA CULTURA CANADIENSE</i>	<b>30</b>
<b>5.- LA IDENTIDAD COMO FUENTE DE COMPETITIVIDAD</b>	<b>31</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: SEVILLA 2010</i>	<b>32</b>
• <i>DOS OPINIONES COMPARTIDAS: LA CULTURA NO ES UN MEDIO, SINO UN FIN.</i>	<b>33</b>
<b>6.- ALGUNAS DEFINICIONES ÚTILES</b>	<b>34</b>

## **SEGUNDA PARTE**

<b>EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS</b>	<b>37</b>
<b>INTRODUCCIÓN: UN ENFOQUE SISTÉMICO, INTERRELACIÓN ENTRE INDUSTRIAS, TERRITORIO Y REDES.</b>	<b>39</b>
<b>1.-ENFOQUE TERRITORIAL</b>	<b>43</b>
A) <u>CIUDADES GLOBALES DE LA CULTURA Y COMUNICACIÓN</u>	<b>43</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: BARCELONA Y SUS DISTRITOS CULTURALES</i>	<b>45</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: LONDRES, CAPITAL CULTURAL</i>	<b>46</b>
• <i>PROPUESTA: EL CENTRO DEL PAÍS: REGIÓN DE CULTURA</i>	<b>48</b>
B) <u>PROYECTOS DE PATRIMONIO HISTÓRICO</u>	<b>51</b>
• <i>PRIMER EJEMPLO: LOS POLOS DE ECONOMÍA DEL PATRIMONIO</i>	<b>51</b>
• <i>SEGUNDO EJEMPLO: LOS PROYECTOS CULTURALES DEL TERRITORIO</i>	<b>56</b>
• <i>TERCER EJEMPLO: EL PROYECTO REDES</i>	<b>56</b>
C) <u>DISTRITOS DE CULTURA Y CREATIVIDAD</u>	<b>59</b>
LAS EXPERIENCIAS DE DISTRITOS:	<b>60</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: PLANES ESTRATÉGICOS DE DISTRITOS</i>	<b>64</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: UNA TIPOLOGÍA DE DISTRITOS CULTURALES</i>	<b>65</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: FOMENTO DE POLOS DE ENTRETENIMIENTO EN ROMA</i>	<b>65</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: LA PROMOCIÓN DE DISTRITOS CULTURALES EN EL SUR DE ITALIA.</i>	<b>66</b>
LA INFRAESTRUCTURA CULTURAL EN CIUDADES MEXICANAS, UNA BASE PARA EVALUAR EL POTENCIAL DE DISTRITOS	<b>68</b>

•	<i>PROPUESTA: FOMENTO DE DISTRITOS CULTURALES EN LA REGIÓN SUR SURESTE</i>	<b>71</b>
•	<i>PROPUESTA: PICS ZONAS INDÍGENAS</i>	<b>72</b>
D)	<b><u>MICROPROYECTOS/EMPRESAS DE COHESIÓN SOCIAL/ENTRETENIMIENTO</u></b>	<b>74</b>
•	<i>ESTUDIO DE CASO: LOS SALONES DE BAILE</i>	<b>75</b>
•	<i>ESTUDIO DE CASO: BIBLIOTECAS COMO “LUGARES TERCEROS”</i>	<b>76</b>
•	<i>PROPUESTA: EMPRESAS COMUNITARIAS CULTURALES Y EDUCATIVAS PARA LA COHESIÓN SOCIAL</i>	<b>77</b>
<b>2.- ENFOQUE INDUSTRIAL</b>		<b>78</b>
A)	<b><u>INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS</u></b>	<b>78</b>
A.1	<b>DEFINICIONES</b>	<b>79</b>
•	<i>ESTUDIO DE CASO: FINLANDIA: DEFINIENDO LA INDUSTRIA CULTURAL</i>	<b>79</b>
A.2	<b>UN ENFOQUE ESTADÍSTICO Y CUANTIFICADOR: MÉXICO</b>	<b>80</b>
A.3	<b>UN ENFOQUE ESTRATÉGICO SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES: SUDÁFRICA</b>	<b>85</b>
A.4	<b>LAS ARTESANÍAS, UNA INDUSTRIA CULTURAL DE PLENO DERECHO</b>	<b>88</b>
•	<i>ESTUDIO DE CASO: LA SITUACIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS</i>	<b>89</b>
A.5	<b>IMPORTANCIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES</b>	<b>91</b>
A.6	<b>TEMÁTICAS TRANSVERSALES NECESARIAS PARA EL FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES</b>	<b>93</b>
B)	<b><u>CLUSTERS DE CULTURA</u></b>	<b>96</b>
C)	<b><u>APOYOS A EMPRESAS INDIVIDUALES EN RAMAS ESPECÍFICAS</u></b>	<b>99</b>
•	<i>ESTUDIO DE CASO: APOYO A LIBRERÍAS EN ZONAS PERIFÉRICAS DE ROMA</i>	<b>99</b>

<b>3.-ENFOQUE DE REDES Y SERVICIOS DE CONOCIMIENTO</b>	<b>100</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: REDES DE CIUDADES</i>	<b>100</b>
A) INCUBADORAS DE ARTE	<b>102</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: ROMA: START INCUBADORA DE CINECITTÀ</i>	<b>104</b>
• <i>ESTUDIO DE CASO: ROMA: INCUBADORA DEL ESPECTÁCULO, TEATRO, MÚSICA</i>	<b>105</b>
B) CENTROS DE ARTICULACIÓN PRODUCTIVA	<b>108</b>
C) COMUNIDADES DE PRÁCTICA Y EPISTÉMICOS	<b>110</b>
<b>4.- CONSIDERACIONES FINALES Y SUGERENCIAS PARA POLÍTICAS PÚBLICAS</b>	<b>113</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>119</b>

## **ANEXOS**

ANEXO 1 PROPUESTA EL CENTRO PAÍS: REGIÓN DE CULTURA
ANEXO 2 PROPUESTA DISTRITOS CULTURALES EN EL SUR-SURESTE
ANEXO 3 GUÍA PARA LA SELECCIÓN DE POSIBLES DISTRITOS CULTURALES
ANEXO 4 GUÍA PARA EL ANÁLISIS Y ESTABLECIMIENTO DE DISTRITOS CULTURALES
ANEXO 5 ESTABLECIMIENTO DE PICS (PROYECTOS DE APOYO A LA ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN INTEGRAL COMUNITARIA) EN REGIONES CULTURALES EN EL SUR-SURESTE: REGIÓN DE LA CHINANTLA)
ANEXO 6 LEGISLACIÓN: INICIATIVA DE LEY PARA EL FOMENTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES MEXICANAS
ANEXO 7 INSTALACIÓN E INICIO DE OPERACIONES DE UNA LUDOTECA
ANEXO 8 PROYECTO DE CENTRO DE ARTICULACIÓN PRODUCTIVA DE INDUSTRIAS CULTURALES

**NOTA:** TODOS LOS ANEXOS LOS PODRA ENCONTRAR EN LA PAGINA WEB:[WWW.CENTROLINDAVISTA.ORG.MX](http://WWW.CENTROLINDAVISTA.ORG.MX)  
EN LA SECCIÓN DE PUBLICACIONES Y LUEGO LA CULTURA

## **LA CULTURA, FUENTE DEL DESARROLLO INTEGRAL**

### **Análisis y Propuestas para el desarrollo regional y local**

El presente texto nace de la preocupación y la esperanza. La preocupación por tres procesos simultáneos, la creciente pérdida de identidad de nuestra población (sin un debate sobre ello), el empobrecimiento de población mexicana creadora o continuadora de nuestras culturas, y la pérdida de los motores de la competitividad de nuestro sistema. La esperanza, de ver la posibilidad de que a partir de nuestras culturas y su fomento surjan posibilidades de mejoramiento para las y los mexicanos.

En el texto trataremos brevemente algunos aspectos de la interrelación entre cultura, creatividad y desarrollo integral, pero sólo como marco para el análisis y propuestas para acciones especialmente de índole nacional, regional y local. Si bien es indispensable y urgente trabajar internacional y nacionalmente por una diversidad cultural sana, nos concentraremos en este texto en las políticas y espacios en los que convergen los procesos culturales, creativos, económicos y de sentido de lugar.

El enfoque del texto es el de buscar procesos creativos que fortalezcan la vida cultural en nuestras comunidades y ciudades, que reconozcan y recompensen las actividades que permiten y fomentan esa vida cultural y que así se logre una preservación competitiva de la vida cultural, social y económica de las personas y grupos. No busca “colonizar” la cultura con los mecanismos o “soluciones” económicos, sino usar todos los instrumentos para analizar nuestra situación, promover el desarrollo integral y digno y fomentar el diálogo sobre nuestros profundos problemas nacionales.

No se trata aquí de una política cultural integral, sino únicamente de programas y proyectos que utilicen algunos instrumentos de promoción económica al servicio de una vida cultural que a su vez fomente el desarrollo social y económico sustentable.

Veamos a las culturas como nuestra raíz común, y a la vez como el hilo que nos conecta y la verdadera ventaja competitiva de nuestro país.

Esperamos que estas páginas sirvan para impulsar un diálogo entre experiencias mexicanas (en el texto más bien tratamos de presentar experiencias extranjeras, esperando que las mexicanas sean prestadas por sus propios actores),

sobre cómo fortalecerlas y darles sustentabilidad social, cultural y económica.

Presentamos tres maneras de enfocar el desarrollo de las actividades culturales de índole productiva, la territorial, la industrial y la de redes del conocimiento. No se trata de enfoques separados y alternativos, pueden ser complementarios, apoyarse mutuamente y dar multidimensionalidad a un fenómeno, proyecto o planteamiento.

Asimismo en cada una de las tres perspectivas planteamos varias formas de actuar a niveles macro, meso y micro y en todos los casos planteamos experiencias y propuestas. En este último caso las propuestas tratan de ser lo más 'aterizado' posible, de manera que la lectora o lector pueda revisar su aplicabilidad y comparar con sus experiencias y de este diálogo surjan propuestas de acción individual, comunitaria o pública más operativas.

Proponemos así proyectos para su discusión inmediata que consideramos importantes:

- *El Centro País como Región de Cultura*
- *El fomento de los distritos culturales en la Región Sur-Sureste*
- *Los Programas Integrales en zonas de cultura indígena*
- *Las empresas comunitarias culturales y educativas*
- *Los Centros de Articulación Productiva para el Desarrollo de las Actividades Productivas relacionadas con la cultura*
- *El Observatorio de cultura, territorio e industrias culturales*

Las páginas que presentamos no pretenden constituir un documento teórico acabado y transmisor de una idea concreta o de un camino a recorrer, sino, como explica el título, *una serie de ideas que nos sirvan de base para comenzar un diálogo*, enmarcado en una serie de necesidades ya detectadas en nuestro país, pero a su vez, abierto a otras que los diferentes individuos o instituciones con los que se va a debatir, consideren deben incorporarse para definir lo más concretamente posible *hacia dónde debe caminar, desde la perspectiva de la cultura, nuestro país en el proceso de los siguientes años.*





**PRIMERA PARTE**

***CULTURA Y DESARROLLO***



## **PRIMERA PARTE**

### **CULTURA Y DESARROLLO**

#### **1. Nuevas circunstancias mundiales**

##### **Contexto Mundial**

Para los fines del análisis actual, señalaremos solamente los siguientes aspectos que nos parecen esenciales dentro del contexto internacional:

- La competencia entre más de 300 ciudades-región en el mundo como importantes motores de la economía global. La globalización da a los aspectos geográficos y territoriales una creciente importancia, con nuevos paradigmas. Una nueva versión del territorio se presenta “global en alcance y significado, también se expresa en un mosaico de localidades altamente individualizadas” como lo señala Scott (Scott,2000) Estas regiones están adquiriendo una creciente trascendencia económica y política, y se están convirtiendo en motores de la economía global, y compiten y colaboran entre sí.
- Creciente importancia de empresas transnacionales. Un desafío importante para las empresas y para las comunidades locales es la creciente importancia de las empresas transnacionales con procesos de consolidación y reorganización a través del globo.
- La globalización se encuentra en casa. Es decir, a través de la liberalización económica, la democratización y la descentralización, la vida local se encuentra a merced de –y deseablemente podrá influir a su vez sobre- la globalización. Ya la ‘sombrija’ protectora del estado nacional se ha hecho a un lado y los cambios económicos, sociales y políticos de las localidades se ven fuertemente influidos por las variables internacionales. Solamente las alianzas internas e internacionales pueden fortalecer a las comunidades locales y regionales.
- Consolidaciones, alianzas y coaliciones. El proceso de colaboración/competencia, de tejido de redes, de formación de alianzas estratégicas y de coaliciones se está dando tanto a nivel de pequeñas como

de grandes empresas, de instituciones públicas y de gobiernos estatales y regionales de los diversos continentes.

- A raíz de la explosión en las tecnologías de la información se han modificado en diversos campos las formas de operación económica. Se ha iniciado un proceso en el cual la “nueva economía” ha generado una revolución de costos de los medios informáticos como instrumentos que contribuyen a la producción de “organización”; esto a su vez ha favorecido que en todos los sectores se inicie un proceso de producción que privilegia las relaciones e interacciones productivas (redes, cadenas, clusters) frente a la producción jerárquica heredada del fordismo: la “economía de redes”; pero de ahí lógicamente se pasa a la “economía del conocimiento” en la que la producción de valor proviene del conocimiento que se comparte de manera organizada y productiva. La economía actual y futura se integra por este conjunto interactivo de la “economía nueva-de-redes-del conocimiento”. Su uso adecuado exige no una imitación acrítica de modelos sino un aprendizaje de las ventajas que cada una de ellas puede dar a la producción en una región. (Rullani,2001).
- En años recientes ha habido una explosión de estudios y proyectos que relacionan la economía de la cultura y de la creatividad con el empleo. Quizá pudiéramos señalar que hay diversos enfoques en ellos, así hay quienes hablan de la “economización” de la cultura y otros en cambio, de la “culturalización” de la economía. Debido a que el debate es muy reciente existe una heterogeneidad muy grande, también debida a visiones ideológicas opuestas.
- La formación creciente de “no-lugares” en la geografía – sea dentro de las ciudades como de ciudades sin rostro. A la vez la caída en la calidad de vida reflejada en la frase de un viajero fantástico en la obra de Italo Calvino “Città Invisibili”: “Pero la ciudad en la que se vive...¿dónde está?”
- Asimismo se inician proyectos y propuestas en la línea de:
  - ⇒ Creación de empresas por parte de los trabajadores del sector cultural/creativo.
  - ⇒ Fortalecimiento de la cadena productiva de las industrias y servicios culturales en contextos de desarrollo regional.
  - ⇒ Creación de centros de competencia en arte, cultura y medios en los que los artistas y artesanos encuentren apoyo.

- ⇒ Se proponen mecanismos de acceso al capital para las pequeñas y medianas empresas creativas, incluido financiamiento y capital de riesgo. (MKW, 2001).
- Otro cambio importante es la toma de conciencia por parte de las comunidades y autoridades locales de que la cultura, más que una carga, es una ventaja para su desarrollo. Se dan cuenta de que la vida cultural tiene consecuencias positivas evidentes sobre el comercio y el empleo en lo económico, pero más aún en la convivencia social, y en el llamado capital social.
  - También conviene destacar que el tema de la calidad de vida, lleva a una serie de prácticas culturales en grupos que antes no eran atraídos a ellas, como son las nuevas culturas juveniles, los adultos mayores, las cadenas televisivas o radiales de las comunidades. (Datar, 2003).
  - La falta de alternativas cultural y económicamente sustentables para grupos y personas de origen indígena, que tiene que optar por “soluciones” como el trabajo en maquiladoras (véase el caso de muchachas Cakchilqueles de Guatemala a que tan temprano van a las empresas a un trabajo fabril extraño, que nos describe Luis Reygadas).(Reygadas, 2002).
  - Se tiende a la formación de un folclore planetario tanto a partir de temas originales, como también de nuevas síntesis (Ander-Egg, 2005).
  - Los estilos de vida son llevados a una convergencia en un estilo “McDonald’s” o norteamericano (Saviñón, 2002) pero al mismo tiempo empieza el reconocimiento de la “belleza” en las ciudades y aldeas, véase Kakiuchi para el ejemplo de Japón (Kakiuchi, 2005).

## **Estudio de caso: Cómo analiza Birmingham la evolución de las industrias culturales en la globalización y su impacto en la Ciudad (Birmingham, 2002)**

### Creando la cadena de valor

Las industrias creativas están a la vanguardia del cambio económico internacional. Les están sucediendo cambios importantes en perfil y estructura. La digitalización promete revolucionar el cine y la televisión. Los cambios tecnológicos están por una parte dándole la vuelta a las distancias y las fronteras de nacionalidad, comunidad y lenguaje, con enorme impacto sobre la creatividad. La necesidad de productos internacionales de alta calidad está promoviendo la demanda de personas con mayores calificaciones, entre las cuales la creatividad es esencial.

Diversas partes de la industria tienden a cluster juntas en actividades trans-sectoriales, frecuentemente beneficiándose de transfertilización con otras disciplinas cercanas. El sistema de producción de cine exige integración y administración de proyectos entre, dentro y a través de empresas, países y culturas. Los subsectores de la música y teatro han progresado a través de la cercanía de agentes, artistas, productores y editores. Este estímulo mutuo ha sido un factor importante en el éxito internacional de la música británica en la última década. Al crear una convergencia mediante la tecnología en las habilidades en otras partes del sector (tales como la música pop o la televisión), estos híbridos son importantes signos de innovación.

La diversidad sin embargo, incluye también peligros. Hay una tendencia a que las nuevas empresas evolucionen de sus bases de actividades locales y operen en varios mercados simultáneamente. En el largo plazo la viabilidad de estas empresas depende de su posibilidad de romper una visión parroquiana del mercado y de que aseguren una base más amplia. Los clientes empresariales,

en particular, requieren un grupo de proveedores altamente ágil e imaginativo. Una visión puramente local, estrecha, de lo que puede hacerse, no es suficiente para cubrir sus necesidades. Al mismo tiempo su futuro dependerá de su habilidad de crear y mantener a todo un conjunto de independientes (individuos y pequeñas empresas) que realicen todas las actividades subcontratadas y formen las nuevas empresas que se convertirán en los grandes del futuro.

Al concentrarse aún más las grandes empresas, se presenta un crecimiento en el número de estas pequeñas empresas. Estos negocios tienen una visión internacional, actúan a través de diversos medios y están involucrados en la tecnología digital. Estas numerosas empresas pueden variar en número de empleados desde unos cientos a micro empresas, con menos de diez, y un gran número de “free lancers” y autoempleados. Están abiertas a toda clase de colaboraciones y asociaciones, frecuentemente reuniéndose a formar “empresas virtuales” que solamente existen durante la vida del proyecto. Las nuevas formas de comunicación y cooperación dentro y entre negocios y a través de empresas, sectores, regiones y países y por lo tanto son críticas para el desarrollo de estas industrias. Nuestra capacidad de apoyar a “crecer” a estas pequeñas empresas y sostener sus cadenas de valor es el secreto del éxito futuro.

### Administración de redes

Se reconoce crecientemente que la administración de redes como un factor crucial en el desarrollo de sectores exitosos; creación de conexiones entre niveles nacionales y regionales; operación de las industrias al nivel regional y local; conectando a las cadenas nacionales de proveedores que respondan a oportunidades de mercado internacionales y europeas. La experiencia en Europa y la internacional son que estas redes se desarrollan más fácilmente a partir de clusters virtuales o geográficos, de conjuntos de empresas interconectadas, proveedores, distribuidores, clientes e industrias complementarias. La proximidad con empresas grandes relacionadas y con proveedores es muy significativa para un buen clustering de sectores en lugares específicos del Reino Unido y en lugares

específicos de ciudades como Londres, Birmingham o Manchester. Las formas de trabajo pueden ser a través de tecnologías, habilidades, experiencias, o información compartidas o a través de actividades colaborativas como pueden ser las de mercadeo conjunto. Una alta presencia en un cluster específico en una región será benéfica en proveer de empleos, estabilidad económica y futuro crecimiento. La promoción de la atractividad de áreas particulares de un país a través de clusters industriales específicos – históricamente en turismo y en industrias creativas, pero en la actualidad de manera creciente en ICT y tecnologías del futuro, es una parte esencial en reforzar las fortalezas del Reino Unido y la competencia global. La tendencia del *clustering* en centros de excelencia es bien entendida por regiones competidoras, como Barcelona, París y Europa Oriental.

#### Las relaciones faltantes

Las industrias creativas dependen fuertemente de la innovación, y del ritmo de cambio. Trátese del espectáculo, la escritura, los artes visuales o la publicidad, la generación de nuevos productos es el corazón de la actividad. Sin esta acción auto generada, no hay nada que vender. El sector tiene una cadena de valor y proceso de manufactura específico, que en cada paso, demanda talentos diferentes. En la fase del desarrollo primario (generación de ideas, creación, formación) existe la necesidad de conceptos, ideas creadoras. En tanto que en el momento de la producción (transformar las ideas en productos, localización de la producción) estas actitudes deben ser complementadas por la inteligencia, entendimiento del mercado, visión estratégica, administración efectiva de recursos, y la habilidad para desarrollar y administrar relaciones con socios, exploración de nuevas conexiones y colaboraciones con proveedores.

## 2. Interrelaciones Cultura – Economía – Sociedad

Señala Manuel Castells (Castells, 2003) a la cultura “como un conjunto de valores y creencias que suscitan comportamientos, de los cuales la repetición crea costumbres, que instituciones y organizaciones informales enseguida hacen respetar. La cultura no es ni ideología, ni la psicología ni el universo privado de cada uno. Es una construcción consciente, pero colectiva, que trasciende las inclinaciones personales influenciando sin embargo las prácticas individuales”.

Indudablemente que esta definición es la de una actividad con consecuencias económicas claras.

Si existe una relación importante entre cultura y economía (García Canclini, 1999) no es solamente porque la primera da identidad a la segunda, sino también de la creciente importancia de las “industrias culturales” o “industrias creativas” en la economía o política internacional (recuérdese el concepto de poder “soft” que tienen diversos países en las relaciones internacionales), pues se extienden al conjunto de la vida cotidiana e influyen en la organización sociopolítica, penetran en la educación formal e informal.

**Interrelaciones.** La nueva agenda socioeconómica tiene que promover interrelaciones con aspectos económicos, territoriales y ambientales y utilizarlos para alcanzar objetivos sociales:

- *Economía.* Una base para el planteamiento de la nueva agenda social es el reconocimiento de “economías plurales” Generalmente se han reconocido dos tipos de economía, la de mercado y la pública. Pero estas no son las únicas formas de economía y es necesario tomar en cuenta otras formas, porque permiten interacciones con la vida social mucho más positivas y pueden ser aprovechadas para políticas socioeconómicas territoriales que permitan lograr simultáneamente objetivos sociales y económicos.
- *Territorio.* La interrelación con el territorio es básica en la nueva política social y económica porque es el espacio donde necesariamente deberán ‘aterrizarse’ las diversas economías, así como la participación de la ‘sociedad activa’ y donde se encarna la economía en la sociedad.
- *Medio ambiente.* Solamente mediante un desarrollo sustentable es posible reducir la destrucción del medio ambiente por necesidad y por falta de cohesión social.

La sociedad, la economía y la política y sus estructuras son el marco que permite o impide desarrollarse a los más pobres, y en general a toda la sociedad. Es importante reconocer que una economía dinámica es básica para lograr que los pobres salgan de la pobreza y que las inequidades disminuyan, pero no es suficiente. Una solución a los problemas sociales no puede estar solamente dentro de las políticas ‘sociales’ y tampoco solamente en el ámbito micro, tiene que ser meso y macro integral.

Las economías plurales, deben por lo tanto ser reconocidas y promovidas, cada una en su ámbito y con sus ventajas y desventajas:

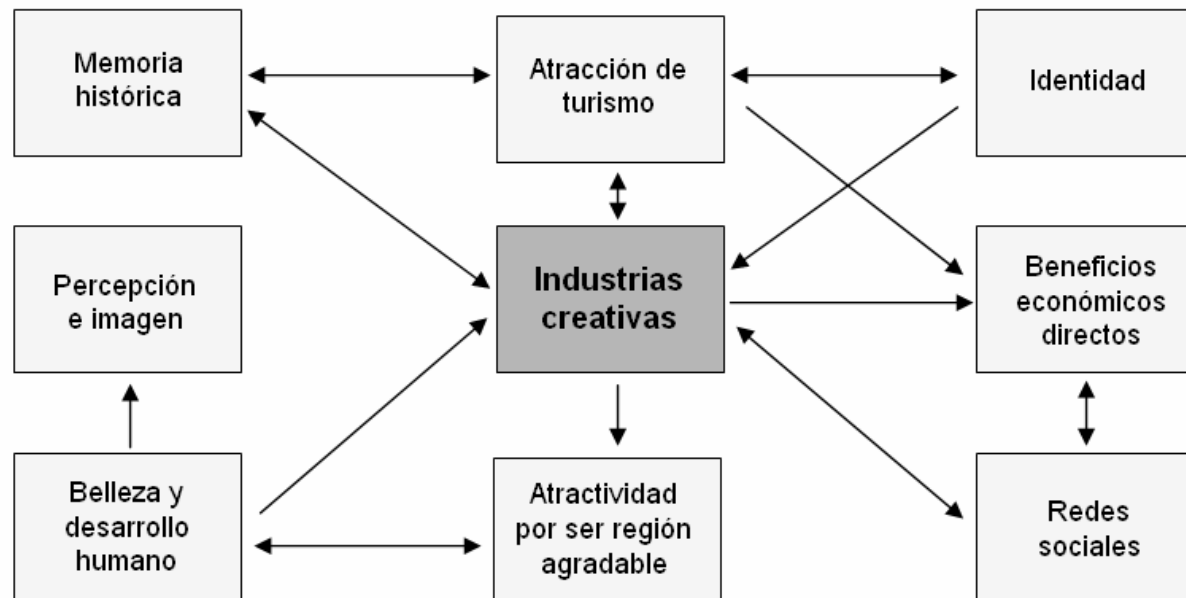
- a. La economía que no es de mercado, no monetaria, que puede ser utilizada como vehículo de integración a la sociedad y para responder a necesidades que no necesariamente deben ser cubiertas por el mercado.
- b. La economía de ‘subsistencia’ que permite a los pobres asegurar su supervivencia como transición a otras actividades más lucrativas.
- c. La economía solidaria que responde a necesidades comunitarias combinando ingresos de mercado, subsidios gubernamentales y contribuciones voluntarias. Estas actividades pudieran no generar muchas ganancias” pero, a diferencia de la economía prevaleciente, producen externalidades que les dan una genuina utilidad social y hasta económica”.



Precisamente la cultura en un punto de encuentro de las interrelaciones mencionadas, como lo muestra el cuadro adjunto que señala consecuencias económicas, pero también las de construcción social: así en los cuatro esquemas hay necesidades humanas inmateriales centrales a la vida en sociedad, a las que las industrias culturales pueden contribuir y que a su vez son fuente de su propia fortaleza; por su parte los beneficios económicos pueden incrementarse debido al fortalecimiento de estos factores a través de las industrias culturales, en una interrelación dinámica y mutuamente benéfica.

Enseguida, para ilustrar las interrelaciones que hemos comentado, presentamos: un cuadro que muestra las interrelaciones socioeconómicas y de sentido; un estudio de caso de las interrelaciones entre valores y producción: el de la música pop y una opinión que nos ilustra sobre las tensiones entre cultura y desarrollo.

### INTERRELACIONES SOCIOECONÓMICAS Y DE SENTIDO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS



Fuente: CURDS (Modificado por el autor)

### Un caso de interrelaciones: la música pop

MEDIANTE EL CONSUMO DE LA MÚSICA POP, las personas quieren expresar quiénes son, a qué grupos pertenecen, cuál es su identidad. Esto es al menos lo que he argumentado hasta ahora. La identidad de la gente, sin embargo, no es estrictamente individual, sino altamente influenciada por los valores socio-culturales subyacentes (VALORES) que existen en una sociedad y la forma en que esto son "objetivados" o institucionalizados. No sorprende, por tanto, que las ciencias económicas dominantes no puedan explicar un fenómeno como el advenimiento de la música pop mientras no tome estos VALORES en cuenta. Yo sostengo que la economía institucional puede tomarlos en cuenta en una forma realista y proponer un marco conceptual para hacerlo.

El advenimiento de la música pop tiene fuentes conocidas y no vino de la nada, pero fue repentino y ha tenido importantes consecuencias culturales y económicas. La economía, como es entendida generalmente, no tiene una explicación para este fenómeno. La razón es que en realidad las personas forman preferencias en un ambiente social en donde quieren expresar una identidad, ellas quieren expresar ciertos VALORES socio-culturales básicos. Quieren mostrar a los demás quiénes son, en este caso por medio del consumo de la música pop. Mientras otros deban reconocer y entender el mensaje que la gente expresa consumiendo música pop, en cualquier momento habrá solo un limitado número de formas de expresión que se volverán institucionalizadas. La economía necesita tomar en cuenta tales formas institucionalizadas de expresar los VALORES para entender un fenómeno tal como el advenimiento de la música pop. (Dolfsma, 1999)

### Opinión: la cultura no debe estar supeditada al "desarrollo"

Lo que está en juego no es lo que se cree. *La tarea no consiste en multiplicar las "dimensiones" (en el sentido que las organizaciones internacionales le dan al término) del "desarrollo", ni en insuflarle algunas medidas de capital social, sino en cuestionarlo, invirtiendo las prioridades.* Si queremos realmente crear un mundo en el que hombres y mujeres puedan vivir según sus culturas (lo que, una vez más, no implica cosificación alguna de éstas), preservar un medio ambiente que permita proseguir la vida y construir (o ¿volver a hallar?) colectividades no desmembradas en individuos alentados únicamente por un espíritu de competencia, sino unidas por lazos sociales fuertes, entonces debemos preguntarnos seriamente acerca del "modelo de desarrollo" que Occidente exporta desde hace cinco décadas, con los resultados conocidos -y probablemente, acabar con él-. ¿Retorno a Copérnico? Quizá. Pero tal vez sea ésta la posibilidad de supervivencia para la humanidad. Porque lo único cierto es que la generalización del "desarrollo" -es decir, de la economía de los países industrializados-54 al conjunto del planeta es materialmente imposible. Ni siquiera es seguro que sea deseable.

Los que tratan de "sumarle" cultura o capital social al "desarrollo" dan muestras o bien de gran ingenuidad o bien de un profundo cinismo y, sobre todo, de un extraño desconocimiento de la antropología económica. En efecto, la cuestión central -constantemente relegada- es saber si se puede garantizar el orden social con el paradigma de la racionalidad individual, generalizando la lógica del mercado, que constituye el hueso duro del "desarrollo", o si, por el contrario, no se ha vuelto necesario limi-

tar el lugar que ocupa el intercambio del mercado para volver a descubrir la relevancia de las otras formas de intercambio (intercambio no mercantil, donación y contradonación, gastos de prestigio, etc.) creadoras de lazos sociales. No basta con constatar la importancia del capital social como *prerrequisito* para facilitar el "desarrollo"; hay que preguntarse sobre todo cuáles son los medios de *conservarlo* y de *acrecentarlo*. Ahora bien, el aumento de las desigualdades económicas y sociales -derivadas de la hegemonía de las prácticas impuestas por la "ciencia" económica neo liberal- va de la mano de la erosión de las identidades culturales, de la confianza y del capital social, al que supuestamente se le presta tanta atención. Al fin de cuentas, lo que está en juego es el fundamento teórico del modelo económico dominante. La cultura, la confianza y el capital social no son *medios* con miras al "desarrollo", sino *finés* que serán alcanzados sólo a condición de modificar radicalmente el modelo de "desarrollo" basado en la lógica del mercado.

Por el momento, lo que proponen los "inventores" del capital social es una versión modernizada de "Caperucita Roja": aunque el lobo consienta en disfrazarse de abuelita para establecer un lazo de confianza con la niña, sigue siendo lobo. Aunque acepte revestirse con una "dimensión cultural" y se adorne con capital social, el "desarrollo" sigue siendo "desarrollo". (Kliksberg, 2000)

### 3. Desarrollo a partir de la tradición

Donde falta una memoria común, donde las personas no comparten el mismo pasado no hay verdadera comunidad y donde se ha de fomentar la comunidad hay que formar una memoria común. (Niebuhr, 1941)

Hoy podemos ya plantearnos la posibilidad de que la economía esté, como debe, al servicio de los objetivos que la sociedad se fije de manera democrática y participativa para su desarrollo.

La economía hoy puede servir a la sociedad mediante múltiples modelos que sean más eficientes y simultáneamente más solidarios. Esto frente al pensamiento que señalaba que sólo había un camino: hoy en día existen múltiples opciones posibles y complementarias.

Una nueva economía plural se está dando. En el palimpsesto que es la sociedad en la que vivimos, una economía que cuenta es la *economía de las grandes empresas*. Pero, viendo bien, descubriremos que hay además la *economía del sector público* que refleja la necesidad de un orden social y de políticas públicas, así como la *economía de las empresas medias y pymes* y la *economía de solidaridad*, la *economía civil* y las *economías de otras culturas* (especialmente las indígenas).

Imaginamos que, podremos construir, como lo propuso Denis Goulet, (Goulet, 1989) una federación de modelos de

desarrollo, con cada región y localidad buscando su vocación y la mezcla económica con base en formas que nacen de su propia historia.

Los procesos de interacción donde se recrea la cultura cotidiana tienen lugar en el territorio, es decir en espacios apropiados y valorizados colectivamente, generando el proceso de construcción de una pertenencia socioterritorial. (Martínez, 2002)

Con ello se muestra que la identidad también se construye a partir de las prácticas sociales que, para satisfacer sus necesidades desarrollan cotidianamente grupos e individuos en su cotidianidad. Dentro de esas prácticas sociales, las culturales están ocupando un lugar privilegiado.

Si la cultura es “un sistema significativo que, a partir de representaciones y prácticas dentro de un contexto que les imprime sentido, permite la producción, reproducción y transformación de un orden social y material, a la vez que es parte inherente al mismo” (Williams, 1992) su interacción y contribución al desarrollo es evidente, como señala Denis Goulet:

“La tradición es la matriz donde se generan los valores de la modernidad. Las metas de una forma de desarrollo adaptada a una determinada sociedad, deberían buscarse a partir del dinamismo latente implícito en el sistema de valores de esa misma sociedad; sus tradiciones, idiosincrasia, instituciones locales y costumbres. Dependiendo de la importancia que para una cultura tiene la vida y la muerte, el tiempo y la eternidad, y la forma en la que el humano debe relacionarse con las fuerzas cósmicas, surgen unos ciertos ideales de una vida y sociedad perfectas. No se trata de rechazar, por principio, las formas de conducta y la tecnología moderna, sino examinar su capacidad instrumental con una mirada crítica para determinar si pueden o no contribuir a un desarrollo adecuado de los individuos y comunidades.” (Goulet, 1989)

“Consecuentemente, se intenta presentar una visión prospectiva de lo que podría significar para México un modelo que combinara elementos de todos los paradigmas puros (en el sentido en el que Max Weber utiliza paradigma). Tal vez lo mejor para México sería un modelo pluralista, o una federación de modelos, aplicado según un estilo mexicano singularmente flexible. El supuesto de esta recomendación “futurible” (según Jouvenel, futurible es una posibilidad futura) es que México corre el riesgo de sacrificar una gran parte de patrimonio nacional y vitalidad latente que lo caracterizan, si toma en cuenta un solo modelo”. (Goulet, 1989)

Por ello, comparto con Jacques Chirac la visión y convicciones de que:

- El pleno desarrollo de toda colectividad humana descansa en la confianza en su identidad cultural
- No habrá una mundialización humanizada y dominada por el ser humano sin el respeto por la diversidad de culturas y lenguas. Porque nada hay más extraño al genio humano que la evolución hacia una civilización uniforme, de la misma manera en que nada hay tan hostil al movimiento de la vida que la reducción de la biodiversidad.
- La mundialización debe ser acompañada de un esfuerzo para el diálogo de las culturas. Este diálogo es necesario para la paz, porque equilibra el riesgo de crispación de identidades y favorece el respeto que las culturas del mundo se deben mutuamente.
- Nadie *posee* por sí mismo la solución a los complejos problemas a los que nos enfrentamos. Debemos por lo tanto progresar en el intercambio de experiencias y de visiones.

Ante todo sería importante elaborar un diseño estratégico en el cual nuestra cultura sea una metodología, antes que ser un producto de exportación: un producto antes de ser exportado debe ser percibido y apreciado en nuestro interior. Es necesario en las comunidades producir arte para su propio goce además de conservarlo y difundirlo.

Promover el valor del patrimonio como presencia normal en la vida cotidiana de la comunidad, como creador de confianza mutua y entre sí mismos, de forma tal que se pueda cooperar y crear consensos.

Organizar un mercado significa, primero, un involucramiento completo de las instituciones –pienso a un sistema fiscal local, por ejemplo, en el cual una parte de los recursos puedan ser orientados a los bienes culturales; el segundo, la participación de la comunidad. Que el museo o el teatro sean percibidos como algo propio, pero que no se queden en la afirmación del pasado, sino en la proyección al futuro (Ander-Egg, 2005).

O como lo señala Lourdes Arizpe: (Arizpe, 2004)

Entonces, el desafío en América Latina y el Caribe en cuanto al patrimonio cultural intangible radica en encontrar estrategias en dos direcciones: primero, para proteger e impulsar la creatividad cultural, y segundo, para lograr beneficios económicos a través del turismo cultural, que no deterioren o distorsionen el concepto simbólico de las naciones con su patrimonio, la conservación de los bienes culturales y la relación de las comunidades locales y nacionales en la gestión de dichos bienes.

En suma, el reto de proteger el patrimonio cultural intangible consiste en volver a crear las redes de significados que lo hacen valioso a cada generación para que lo sigan generando y revitalizando. Hay que abrir un cauce de participación para que los jóvenes, los artistas, los antropólogos, los historiadores, las mujeres, los indígenas y los propios investigadores y trabajadores del INAH y de instituciones afines contribuyan a renovar el pensamiento sobre patrimonio cultural.

¿Cómo lograr que esto que Carlos Fuentes ha llamado “un país de tercer mundo con una cultura de primer mundo” (Berman y Jiménez, 2006) brinde a sus artistas, artesanos y auditorios, una vida de primera?.

#### **4.- El derecho a las culturas**

Como lo ha señalado Charles Taylor, (Valenzuela, 2003) en un mundo multicultural el eje central de la disputa social y cultural es la lucha por el reconocimiento de uno, persona y comunidad. Esto se da frente a otras culturas pero también como lo señala Leff (Leff, 2001) “frente al poder hegemónico de la racionalidad económica que busca capitalizar todos los órdenes de la vida, incluyendo la mercantilización de la vida y la naturaleza.

Asimismo, frente a una cultura hegemónica es necesario “hablar de culturas”, para romper los usos homogeneizantes que identifican a una sola cultura con la civilización (Williams, 1992). En este caso apliquémonos a liberar y promover las diversas culturas de México: indígenas, tradicional, híbridas, modernizante, posmoderna, etc.

Si, derivado de lo anterior, mantenemos que nuestro pueblo tiene derecho a la cultura, a sus culturas, entonces en nuestro país tenemos varios problemas que afrontar en defensa de este derecho:

- A) *Desfase en la educación/ medios de comunicación.* Debemos responder al desfase que se presenta entre la educación que se trata de transmitir a los jóvenes y niños y el rol indirecto que los medios audiovisuales tienen en la socialización escolar: estos medios están ausentes de los salones, pero presentes en los juegos, textos, dibujos, conversaciones y vestimentas de los niños. Los alumnos son portadores de estos saberes y capacidades cognitiva. (Fajnzylber, 2003).

- B) *Actividad artística marginada.* “Si vemos la actividad artística no como la cuantificación de productos finales, sino como la formación y creación profesional de sus actores, nos enfrentamos a un paisaje a lo menos dramático: artistas que desarrollan su arte en espacios no aptos, ensayando gratuitamente con la esperanza de vender funciones, las cuales no sólo deben competir con la televisión, el video, el cine comercial, sino que además se enfrentan a la falta de sensibilidad política del público, acostumbrado a la mediocridad televisiva ...los circuitos artísticos locales se organizan en función de redes cerradas de influencias, que garantizan el acceso exclusivo de sus miembros a los escasos fondos públicos de apoyo al arte....(los jóvenes) al momento de querer formar familia, encuentran que el camino conduce a una bifurcación ineludible: especializarse en un arte comercial, que alimente los cuestionarios de las encuestas de consumo cultural, o sencillamente emigrar a otros ámbitos de trabajo. Nuestro desarrollo a cargo de economistas pareciera guiarnos a la reproducción constante de una forma de entender la cultura principalmente como un mercado, y no como un proceso evolutivo que pone a personas en contacto, en lugares concretos, con una finalidad no exclusivamente económica”. (Fajnzylber, 2003).
- C) *Homogenización vs. Diversidad cultural.* “Al cerrarse este siglo dos tendencias culturales se enfrentan o se tocan, los lugares de muchas partes del mundo se parecen más y más: comida rápida, la industria estadounidense del entretenimiento, las comunicaciones de masa y las tecnologías informáticas están penetrando hasta los rincones más remotos. Pero frente a estas fuerzas homogeneizantes, las comunidades locales, étnicas y regionales reafirman sus identidades con creciente intensidad. Entre estas reacciones se encuentran las de las artes locales o de inspiración étnica, creadas en comunidades, familias o redes. Son herencias vivientes que unen al pasado con el presente, son “personas comunes y corrientes que realizan acciones extraordinarias” (Baron, 1996).
- D) *Políticas culturales de pequeños grupos, frente a democratización y liberación.* “Los creadores y las actividades que estos desarrollan han de ser considerados, desde las políticas públicas como un factor clave y también como el estímulo principal para la *diferenciación en un marco de globalización cultural*. Se ha de pensar en la creatividad difusa, disuelta y repartida entre una nómina amplísima de ciudadanos y ciudadanas que desarrollan iniciativas innovadoras. En otras palabras, *la creatividad como una línea básica para la comprensión y la interpretación del mundo contemporáneo*”.

Porque, la cultura “se refiere no sólo a la organización socioeconómica y a las estructuras políticas, también a los objetos cotidianos, al lenguaje y a la música. Es en la vida cotidiana, en los patrones vigentes de respuesta al am-

biente — tanto al entorno tecnológico moderno como a la naturaleza e historia — en donde un grupo cultural manifiesta su vitalidad. En consecuencia, el modelo mexicano de desarrollo debe permitir a todos los mexicanos definir y poner en práctica su estilo propio de ser modernos”.(Goulet, 1989).

Dicho en otros términos, “la identidad cultural de los grupos dominantes –los que a través de la historia han llegado a esa posición en determinadas sociedades- no puede servir como norma de identidad de toda una sociedad, excepto en un sistema de dominación; pero ningún sistema que excluye la dominación y se apoya en una reciprocidad y horizontalidad genuinas, puede fundamentarse en el privilegio cultural”. (Goulet, 1989).

El patrimonio cultural es de todos, por lo tanto no se puede aceptar que el estado abandone sus responsabilidades en este campo, o privatice bienes de interés artístico o cultural. Hay que encontrar otras formas de cuidar lo que es de todos, no con criterios puramente financieros contables.

- E) *Apertura comercial/cultural, sin proyecto.* México no solamente se ha abierto comercialmente y a inversión extranjera, también tiene esa apertura en el aspecto cultural. Esto ha implicado el desmantelamiento de algunas de sus instituciones, la narcotización del tejido social y la deficiencia del Estado, que también ha sido “pasivizado”. De igual modo, se han ideologizado con un pensamiento único las opciones. Frente a ello, este es el momento de contemplar las alternativas que surgen del propio tejido social y de la historia. Solamente un modelo de cohesión social, que avance con todos y todas puede ser viable en un país como México y para ello las políticas de desarrollo local integral son un instrumento central.

A este nivel es necesario un proyecto nacional basado en principios, construido mediante procesos participativos y congruentes nacional e internacionalmente.

Es pues central definir un proyecto nacional consensuado, centrado en un desarrollo humano sustentable, con inclusión social y que responda a la realidad de los indígenas y de las amplias capas de población en la pobreza. La seguridad del proceso de desarrollo sustentable nacional se ve amenazada por procesos económicos, culturales, criminales y tecnológicos frente a los cuales es importante establecer medidas para promover nuestra vida soberana.

En particular, es básico reconocer el papel de los aspectos culturales sostenidos prioritariamente por mecanismos de economía solidaria y civil. Nuestro país está unido por sus tradiciones culturales, por su Patrimonio Co-



mún. La cultura se vuelve una base de identidad que permite el desarrollo “a partir de nuestras tradiciones” y no contra ellas, que permite que conjuntemos las fuerzas que nos han permitido sobrevivir como nación tantos años. Nuestro patrimonio cultural puede y debe ser una plataforma importante para el desarrollo sustentable y el desarrollo integral debe contribuir a preservar nuestro patrimonio vivo.

En ocasión de la recientemente celebrada Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable, en un Foro sobre diversidad cultural, Biodiversidad y Ética, el Presidente de Francia Jacques Chirac sustentó una frase con la que estoy muy de acuerdo:

*“la cultura se impondrá poco a poco como el cuarto pilar del desarrollo sustentable, juntamente con la economía, el cuidado del medio ambiente, y la preocupación social.*

Todo ello impone criterios y condiciones importantes a los proyectos productivos que se propongan en el área de cultura. Cada comunidad deberá examinar sus propias características, para evaluar si los proyectos son aceptables y sostenibles con su vida cultural, económica y social y con su medio ambiente en una perspectiva de largo plazo. Esto implica aspectos tales como (OCDE, 2005) capacidad física, capacidad del medio ambiente, capacidad social, capacidad de satisfacción del visitante.

Pero se requiere asimismo un Pacto por la Cultura, es decir “reforzar los valores de la cultura como base fundamental de todo proceso de desarrollo democrático y civil; perseguir a través de la cultura y el turismo, el bienestar de los ciudadanos y de las jóvenes generaciones; promover el desarrollo sostenible de las ciudades; valorizar el enorme patrimonio de historia, de arte, de espectáculo, de tradiciones y bellezas del paisaje, a través de nuevas lógicas de gestión y promoción” (C.N.A.C.T., 2003).

Podríamos instrumentar políticas similares a las que propone Abel Prieto (Prieto, 2005) el mundo de cultura de Cuba. “Yo creo que el reto hay que afrontado. En el mundo globalizado en que vivimos, no es posible pensar en una isla utópica rodeada de una gran muralla china, en este caso cubana. Eso es absurdo y, además, imposible. Los cubanos no estamos metidos en una probeta de laboratorio o en una especie de área estéril de hospital. Estamos en este mundo y hay que ser consciente de que la contaminación va a entrar siempre por todas partes. Lo que tenemos que hacer, por tanto, es preparar a la gente para que pueda hacer frente a esa contaminación, ya sea creándole hábitos culturales tempranos, ya sea enseñándole a pensar por sí misma. Hoy, está más vigente que nunca la frase de Martí de que "ser cultos es el único modo de ser libres". Uno sólo es verdaderamente libre

cuando está formado y posee profundas referencias culturales, además de un amplio conocimiento del mundo en que vive”. (Prieto, 2005).

Es preciso promover puentes culturales a nivel inter-generacional. Podemos, de modo exploratorio, concebir la práctica cultural como un proceso de experimentación que pone en relación a personas de saberes y experiencias diferentes, con el fin de generar una obra común.

Como lo señala Fajnzyber, “La única vía del desarrollo sostenible, o de desestabilización de la globalización, que estoy en condiciones de visualizar es la recuperación de una dignidad atemporal del arte y la cultura, como vía de comunicación intergeneracional. ¿La razón? Quizás porque pertenezco a la generación de los nacidos y formados en un espacio intermedio: entre el derrumbe estrepitoso de un proyecto de sociedad y el proyecto de un mundo globalizado que pretende acallar, con policías y ladrones, la performance disonante de los murmullos locales”. (Fanjzyber, 2003).

Kroeber destaca que probablemente la mayor parte de los contenidos de cualquier cultura son de origen externo, aunque asimilados en un conjunto global que funciona más o menos coherentemente y se percibe de manera unitaria. Las culturas estarían siempre tendiendo a igualarse, compartiendo sus características, al mismo tiempo que otra serie de impulsos empuja a cada una hacia sus propias particularidades. De esta manera, las culturas, al mismo tiempo que son divergentes, presentan hibridaciones. Nos toca pues impulsar nuestras culturas en toda su vitalidad a interactuar positivamente con otras.

Para lograr estos objetivos sociales es indispensable enfatizar los derechos culturales de la población y acabar con la idea que “la cultura pudiera todavía ser considerada sólo como el lujo de los que están bien” (Cogo, 2005).

Por ello proponemos tres breves comentarios: una evaluación inicial sobre el derecho a la cultura en México, basándonos en los indicadores oficiales un comentario sobre la legislación mexicana y el estudio de caso del diagnóstico canadiense de su situación cultural.

El desarrollo verdadero “debe ofrecer a cada ser humano la posibilidad de realizar plenamente su potencial Creador” nos dice Federico Mayor (Mayor, 1998) y esto incluye a los excluidos.

### Los Derechos Culturales, ¿Se Cumplen para los Pobres y Marginados?

La Encuesta Nacional de prácticas y consumo culturales, (CONACULTA, 2004) muestra importantes datos que nos pueden servir para medir la **asistencia** de la población a los lugares en los que hay productos (**bienes** o servicios) culturales por una parte y por la otra su exposición a los medios audiovisuales. Hemos decidido constatar si los pobres y marginados están teniendo el real acceso a los productos culturales. Del conjunto de resultados de la Encuesta hemos seleccionado tres conjuntos: salarios mínimos con 0 a 3 Salarios Mínimos, población en el sur-sureste, y población en estratos de menos de 15,000 habitantes.

Nos resulta que la población de menos ingresos no accede a los servicios culturales mediante asistencia a recintos culturales y solamente es sujeta de los medios audiovisuales y en especial de los comerciales. Es decir, los medios del estado y sociedad no satisfacen las necesidades del derecho a la cultura de los pobres.

	LECTURAS				MEDIOS AUDIOVISUALES	
	Libros leídos (1+ año)	Periódicos	Revistas	Historietas	Escucha Radio	Ve Televisión
Nacional	60.1	71.6	61.9	17.1	87.3	95.5
0 a 1 sm	33	52.1	41.7	16.6	86.3	90.5
1 a 3 sm	55	70.9	60.6	17.8	86.5	96.2
Menos de 15 mil	59	55.6	51.9	12.7	87.4	95.1
15 mil a 50 mil	58	66.6	57.5	19.1	84.9	93.3
Sur	50	71.6	58.1	18.3	84.2	93.4
Centro Occidente	60	62.9	56.1	14.7	86.8	94

ASISTENCIA A RECINTOS CULTURALES								
	Cines	Bibliotecas	Librerías	Museos	Presentaciones de música	Sitios arqueológicos	Teatros	Casas de la cultura
Nacional	75	29.7	40.6	23.6	32.2	16	13.9	17.7
0 a 1 sm	55.1	10	18.6	7.4	22.9	9.9	4.2	6.7
1 a 3 sm	70.6	26.2	35.9	16.5	27	14	8.3	15.3
Menos de 15 mil	55	25.6	28.8	12.2	23.9	16	6	19.7
15 mil a 50 mil	64	28.7	32.9	16	28.1	15.2	6.8	15.7
Sur	62	26.3	31.4	18.2	24.3	21.1	9.3	15.3
Centro Occidente	69.6	25.2	32.6	17	29.1	5.4	9.7	13.4

Si bien puede haber numerosas razones para no asistir a los eventos o recintos culturales derivados de variables psicológicas, educativas, o de otra índole no-económicas, si consideramos como hipótesis básica que todos los niveles socioeconómicos de la población desean en igual medida asistir, por lo que tendríamos que si los pobres asisten menos, hay algún tipo de impedimento que se los **dificulta** y que los deja a merced de los medios comerciales audiovisuales como su única fuente de información cultural.

## **Aspectos legales ligados a los derechos culturales**

El derecho al acceso y la participación a la cultura en México ha sido un tema prioritario en la implementación de políticas públicas en la época posrevolucionaria, en las que en gran medida se ha promovido un acercamiento entre el carácter popular y el especializado de este fenómeno social.

Las políticas económicas y administrativas en este sentido han sido clave para el desarrollo de este sector, así como el fortalecimiento de instancias tales como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes que impulsa la difusión cultural, buscando acercar a cada mexicano y mexicana a las distintas expresiones artísticas alimentando su sentido de pertenencia e identidad a partir de la diversidad cultural.

Sin embargo, es también importante observar que en los reglamentos y leyes actuales se prioriza la regulación de los servicios culturales, o bien el ordenamiento de los mismos, sobre el acceso plural e incluyente de ésta a la población en general y a la comunidad de artistas y/o creativos en particular; al tiempo que se descuida la protección de las distintas formas de expresión de los distintos pueblos en cuanto a usos y costumbres.

El gran acervo del patrimonio histórico, literario y artístico creado; y el que se encuentra en formación, requiere pues de nuevos enfoques que integren al ciudadano(a) no como un cliente consumidor de cultura a manera de producto, sino como una persona en continua formación, preocupándose por un desarrollo integral que fortalezca los aspectos educativos, cívicos y de empoderamiento en su vida cotidiana.

Es por lo anterior que el enfoque dado en el Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas; la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, y el Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía quedan alejadas de una visión integral cultural, en donde la educación no es contemplada como un mecanismo de articulación y de desarrollo. Por otro lado, el contraste existente

entre lo mencionado en la Ley General de Bibliotecas, o la Ley de Fomento para la Lectura del Libro, en donde la importancia del enfoque educativo es prioritario, versa principalmente sobre los lineamientos burocráticos y de mecanismos que hacia el interior del país en zonas no urbanizadas pueden ser difíciles de implementar.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos reconoce en su artículo 27 el derecho que toda persona tiene a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Este derecho humano en la actualidad se confronta con la privatización del patrimonio histórico y la mercantilización de las artes que, aunque fortalece la viabilidad del mantenimiento y permanencia de estos espacios y oficios, corre el riesgo de excluir los valores y significados originarios, así como la participación de sectores importantes de la población.

El propio Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales en su Art. 15, especifica que los Estados Partes en dicho Pacto reconocen el derecho de toda persona a, Participar en la vida cultural.

Aspectos como la educación integral, el respeto y permanencia de la diversidad cultural, los monopolios, la deficiencia estructural y la escasa oferta cultural en algunas regiones del país no sólo hacen complicada la participación de la población en general, también del artista o creativo en búsqueda de espacios y desarrollo económico y social, aspectos que estas leyes y reglamentos deberían de considerar.

¿Cómo enfrentan los países esa ‘contaminación’ que menciona el ministro cubano en la entrevista? Sugerimos ver a continuación: El Estudio de caso de la cultura canadiense.

### **Estudio de caso: la Cultura Canadiense (Culture, 1999)**

Como nación Canadá ha desarrollado un vigoroso sector cultural, con numerosas instituciones culturales, una industria editorial diversificada, una industria musical talentosa, una industria de nuevos medios culturales dinámica e industrias de cine y televisión aclamadas por los críticos.

La cultura está en el corazón de una nación. Al integrarse económicamente más los países, las naciones requieren fuertes culturas internas y expresiones culturales a fin de mantener su soberanía y sentido de identidad. De hecho se ha señalado que el impacto mundial de la globalización se está manifestando en la reafirmación de las culturas locales.

Los libros, revistas, canciones, películas, nuevos medios y programas de radio y televisión canadienses reflejan a quienes somos como pueblo. Las industrias culturales conforman a nuestra sociedad, desarrollan nuestro entendimiento de unos y otros y nos dan un sentido de orgullo en quienes somos como nación. Las industrias culturales del Canadá cumplen un papel esencial y vital en la sociedad canadiense.

En su esfuerzo por llegar a auditorios, nuestras industrias culturales siempre han logrado responder al desafío de la competencia de los productores culturales del extranjero. Su posibilidad de crear un lugar perdurable en nuestras vidas depende de la creatividad y talento de los artistas, creadores y productores canadienses. También depende, en parte, de las políticas y programas gubernamentales que tienen como objetivo promover la cultura canadiense.

El gobierno canadiense utiliza una combinación de incentivos financieros, requisitos de contenido nacional, medidas fiscales, reglas sobre inversión extranjera y herramientas de propiedad intelectual para promover la cultura canadiense. Al trabajar juntos, el gobierno y el sector cultural han podido desarrollar políticas y un ambiente de regulación que asegura que los canadienses tengan acceso a lo mejor que el mundo tiene que ofrecer al tiempo que preservan un espacio para la cultura canadiense. (...)

#### Presiones para un cambio

A lo largo del tiempo, las políticas culturales canadienses han evolucionado, adaptándose constantemente a los cambios en los mercados interno e internacional. Al acercarnos al inicio del siglo XXI, algunos cambios importantes – motivados por la tecnología y un comercio “más libre” están creando tanto oportunidades como desafíos para nuestras industrias culturales:

- La digitalización y la convergencia de la transmisión satelital, por cable y las telecomunicaciones están creando nuevas tecnologías, que competirán con los sistemas de distribución actuales. Al mismo tiempo, habrá una mayor oportunidad de distribuir los contenidos canadienses tanto en el país como en el extranjero.

- Las tecnologías emergentes están ofreciendo a los canadienses nuevas herramientas de comunicación, a la vez que desafían las capacidades de los gobiernos para realizar las regulaciones designadas para asegurar que los canadienses tienen acceso a los productos culturales canadienses.
- Con el crecimiento de las empresas transnacionales y la integración vertical de los sistemas y productos de entretenimiento, distribución y entrega, las políticas nacionales se están cambiando y adaptando a enfrentar estos cambios.
- Las tendencias a mercados más abiertos y a un mundo de comercio libre hacen más difícil negociar acuerdos comerciales que reconozcan la diversidad cultural y la naturaleza única de los productos culturales.

Estos cambios ya están teniendo un impacto. En años recientes las políticas culturales diseñadas para nuestras propias industrias culturales han sido investigadas desde el exterior. Como nación, creemos en los beneficios de los mercados abiertos, pero estamos preocupados sobre los efectos que el comercio global, combinado con un rápido cambio tecnológico, pueden tener sobre nuestra capacidad para promover la cultura canadiense.

Los miembros de SAGIT creen que es el momento de dar un paso adelante. Así como las naciones se han unido para proteger y promover la biodiversidad, es tiempo que se reúnan para promover la diversidad cultural y lingüística.

## 5.- La identidad como fuente de competitividad

Como lo señala Richard Florida, (Florida, 2004) hoy en día el debate público sobre el empleo se desenvuelve alrededor de los temas de desempleo y de *outsourcing*, pero estos son los temas de corto plazo, lo importante en el largo plazo es el talento creativo. En México las autoridades igualmente ponen su fe en changarros, maquilas, reducción de estudiantes en temáticas en donde no hay demanda y en la recuperación de Estados Unidos, temas de corto plazo, pero para el largo plazo es indispensable recuperar las fuentes de la creatividad de nuestro país.

Se requiere un reconocimiento en dignidad y en recursos a aquellos mexicanos que son los que sostienen nuestras culturas: maestros, maestros informales, artistas y artesanos, escritores y escritores informales, etc.

En particular en un mundo global, con regiones en constante competencia, en donde cada región/territorio tiene que fortalecer sus ventajas y mostrar sus capacidades innovadoras y creativas. Un nuevo indicador de ello es el porcentaje y concentración de “clases creativas” que trabajan en ellas (Florida, 2004) Quizá en muchas regiones mexicanas no tenemos “clases técnicas”, pero si “creativas” que son fuente de la – quizá – única ventaja que tenemos: nuestras culturas.

Precisamente para favorecer esta competitividad propone Vittorio Bo (Bo, 2005) tres líneas de trabajo paralelas:

- Creación de proyectos originales por ejemplo: un festival;
- Proyectos que remodelan un sistema, un lugar o un ambiente ya creados;

- Una actividad de análisis, de documentación, de marketing cultural y de *management* cultural, que aclaren el posicionamiento y den soluciones.

Nuestras poblaciones deben ser laboratorios continuos en que, además de lo anterior, en palabras de Bo, creen cultura sobre nosotros mismos; con pasión y curiosidad, pero también organización y capacidad de exposición, manifestación y comunicación.

Como nos lo dice Goulet: “Aunque durante décadas la elaboración de políticas sobre desarrollo fue monopolio de los asesores políticos en economía y tecnología, hoy en día es ampliamente aceptado que el desarrollo es, básicamente, una faceta de la cultura y de la civilización”. (Goulet, 1989).

Un ejemplo de esta tendencia es Sevilla:

### **Estudio de Caso: El Plan Estratégico Sevilla 2010**

Los principios que inspiran tanto el contenido como la metodología propuesta para esta acción son dos: primero, que el desarrollo de la Cultura en Sevilla debe responder a un proceso dinámico, autosostenible y diseñado de forma endógena por los propios ciudadanos, y, segundo, la necesidad, para ello, de una adecuada dinamización social y compromiso de la población con el propio proceso.

Se elige a la cultura como elemento para incrementar la calidad de vida de los ciudadanos, y por ello:

“La Cultura es un elemento fundamental en la calidad de vida de los ciudadanos; un elemento indispensable para construir un modelo de ciudad y sociedad cohesionada, tolerante, integrada, competitiva y cualificada, preparada, en definitiva, para asumir con totales garantías los retos que le depara el milenio que acabamos de inaugurar.

Hoy en el mundo se reconocen a las regiones como la base de la competitividad: En la situación actual las posibilidades de competitividad y eficiencia se dan en sistemas integrados de empresas y autoridades que en un cierto territorio, en base a la fuerza de su especificidad cultural, cohesión social, recursos y oportunidades a nivel local, compiten en mercados cada vez más abiertos y transnacionales.”

“Aspiramos a ser el ámbito intermedio en el que reconstruyamos la posibilidad de diálogo y colaboración entre la multiplicidad de identidades sociales y culturales por un lado y la integración mundial de la economía por el otro”.



Las economías de la cultura tienen una lógica territorial específica que favorece la creación, ésta se traduce en procesos que influyen sobre sectores industriales y de servicios específicos, de manera que fortalecen los lugares en los que se desarrollan y estos lugares en general son grandes ciudades que se identifican con la excelencia de una vocación cultural-productiva.

La identidad de un territorio se basa en la memoria compartida, un presente aceptable para todos y la construcción de un futuro común. En la sociedad en globalización, las identidades proporcionan una plataforma importante para la competitividad sistémica y dan ventajas específicas que permiten generar conjuntos empresariales con características específicas, son el “humus” de la creatividad general. (Cogo, 2005).

Si Consideramos que la cultura tiene un importante valor intrínseco, que es un elemento esencial de la vida social y que contribuye a la afirmación y vitalidad de sociedad, debemos reconocer que la cultura es a la vez factor económico, factor de integración social y de ciudadanía, y por esta razón tiene una función importante que asumir ante los nuevos desafíos como la globalización, la sociedad de la información, la cohesión social y la creación de empleo. Por ello es indispensable poner el mayor énfasis en facilitar el acceso a la cultura y en una mayor participación en ella de los ciudadanos en toda su diversidad social y regional, incluidos los más desfavorecidos y los jóvenes, fomentando la cultura tradicional y las nuevas maneras en que se expresan las culturas.

**Dos opiniones compartidas:** La cultura no es un medio, sino un fin; (Kliksberg, 2000) y (Mayor, 1998)

**Bernardo Kliksberg:**

Antes de explorar algunas de las intersecciones posibles, una advertencia de fondo. La cultura puede ser un instrumento formidable de progreso económico y social. Sin embargo, allí no se agota su identidad. No es un mero instrumento. El desarrollo cultural es un fin en sí mismo de las sociedades. Avanzar en este campo significa enriquecer espiritual e históricamente a una sociedad y a sus individuos. Como lo subraya el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO (1996): "es un fin deseable en sí mismo porque da sentido a nuestra existencia". Esa perspectiva no debe perderse. Una reconocida economista, Françoise Benhamou (1997), hace al respecto prevenciones que deben ser atendidas. Señala:

En realidad, sólo en áreas de un economicismo a ultranza se puede pretender justificar el gasto cultural en función de los *recursos tangibles que éste puede generar como contrapartida. Las ganancias que la vida cultural le puede aportar a la colectividad no siempre cubren los gastos ocasionados. Evidentemente, el interés de estos gastos debe ser evaluado en función de otros criterios, que van más allá de la dimensión económica.*

**Federico Mayor:**

La cultura hace' uso de la ilimitada capacidad humana para la diversidad creativa y es un componente clave y una meta esencial en el desarrollo sostenible endógeno. La UNESCO trabaja para mejorar la comprensión de la singular relación que existe entre cultura, diversidad y desarrollo, la cual constituye una base fundamental de una cultura de la paz.

## 6.-Algunas definiciones útiles

### Patrimonio Cultural Inmaterial

El “patrimonio cultural inmaterial”,(UNESCO, 2003) se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.

### Industrias Culturales/Creativas

Son aquellos sectores que conjugan la creación, producción y comercialización de bienes y servicios cuya particularidad reside en la intangibilidad de sus contenidos de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor.

Las industrias culturales/creativas incluyen la edición impresa y los multimedia, la producción cinematográfica, audiovisual y fonográfica, las artesanías y el diseño. Algunos países lo extienden a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la fabricación de instrumentos de música, la publicidad y el turismo cultural. Se habla entonces de industrias creativas (*creative industries*). En los medios económicos se les llama también industrias en expansión (*sunrise industries*), y en los medios tecnológicos, industrias de contenido (*content industries*).

Las industrias culturales/creativas agregan a las obras del espíritu un valor de carácter económico que genera al mismo tiempo nuevos valores para los individuos y la sociedad. La dualidad — económica y cultural — de estas industrias constituye su principal signo distintivo.

## Bienes y Servicios Culturales

El concepto de "bienes" -o de mercancías- y el de "servicios", en apariencia distintos, pueden ser más difíciles de estudiar en los hechos. De manera tal que son uno de los temas del debate internacional. El término de "productos" culturales se considera generalmente que cubre ambos. Se puede tratar de definirlos de la siguiente manera:

**Los bienes** culturales son bienes de consumo que sirven de vehículo a ideas, valores simbólicos y modos de vida, que informan o distraen, contribuyendo a forjar y a difundir la identidad colectiva y simultáneamente a influir sobre las prácticas culturales. Protegidos en general por los derechos de autor, resultan de la creatividad individual o colectiva que se transmite en medios susceptibles de ser reproducidos o multiplicados por medios industriales o distribuidos masivamente. Libros, revistas, grabaciones sonoras, películas, videos, series audiovisuales, productos multimedia, programas de software, productos de artesanía y de diseño constituyen la oferta cultural.

**Los servicios culturales** son actividades que, sin tomar forma de bienes materiales, responden a una idea o una necesidad de orden cultural y se traducen en medidas de apoyo a prácticas culturales que los Estados, las instituciones públicas, las fundaciones, las empresas privadas o mixtas, ponen a disposición de la comunidad y que incluyen entre otros la promoción de espectáculos, la conservación e información cultural (bibliotecas, archivos, museos, etc.).

## Patrimonio Cultural

De conformidad con **la Convención, en su Artículo 1:** (World Heritage Convention, 1972).

**Monumentos:** obras arquitectónicas, obras de escultura monumental y de pintura, elementos o estructuras de naturaleza arqueológica, inscripciones, habitaciones en cuevas y combinaciones de aquellas que sean de valor universal sobresaliente desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia;

**Grupos de edificios:** grupos de edificios separados o conectados que, debido a su arquitectura, su homogeneidad o su lugar en el paisaje, son de valor universal sobresaliente desde el punto de vista de la historia, el arte o las ciencias.

**Sitio:** obras del hombre por obras combinadas del hombre y la naturaleza, y áreas incluyendo los sitios arqueológicos que son de valor universal sobresaliente desde puntos de vista históricos, estéticos, etnológicos o antropológicos.

### **Valorización del patrimonio cultural**

La valorización consiste en ejercer las funciones y en disciplinar las actividades orientadas a promover el conocimiento del patrimonio cultural y en asegurar las mejores condiciones de utilización y goce público del patrimonio mismo. Comprende la promoción y sostenimiento de intervenciones en favor de la conservación del patrimonio cultural. (Gobierno de Italia, 2002).

El estado debe favorecer y sostener la participación de sujetos privados, individual o como asociados, en la valorización del patrimonio.

### **Cuidado del patrimonio cultural**

El cuidado consiste, en base a una adecuada actividad de conocimiento, en identificarlos bienes que constituyen el patrimonio cultural y en garantizar su protección y conservación para fines de goce público.



**SEGUNDA PARTE**

***EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS***



# EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS

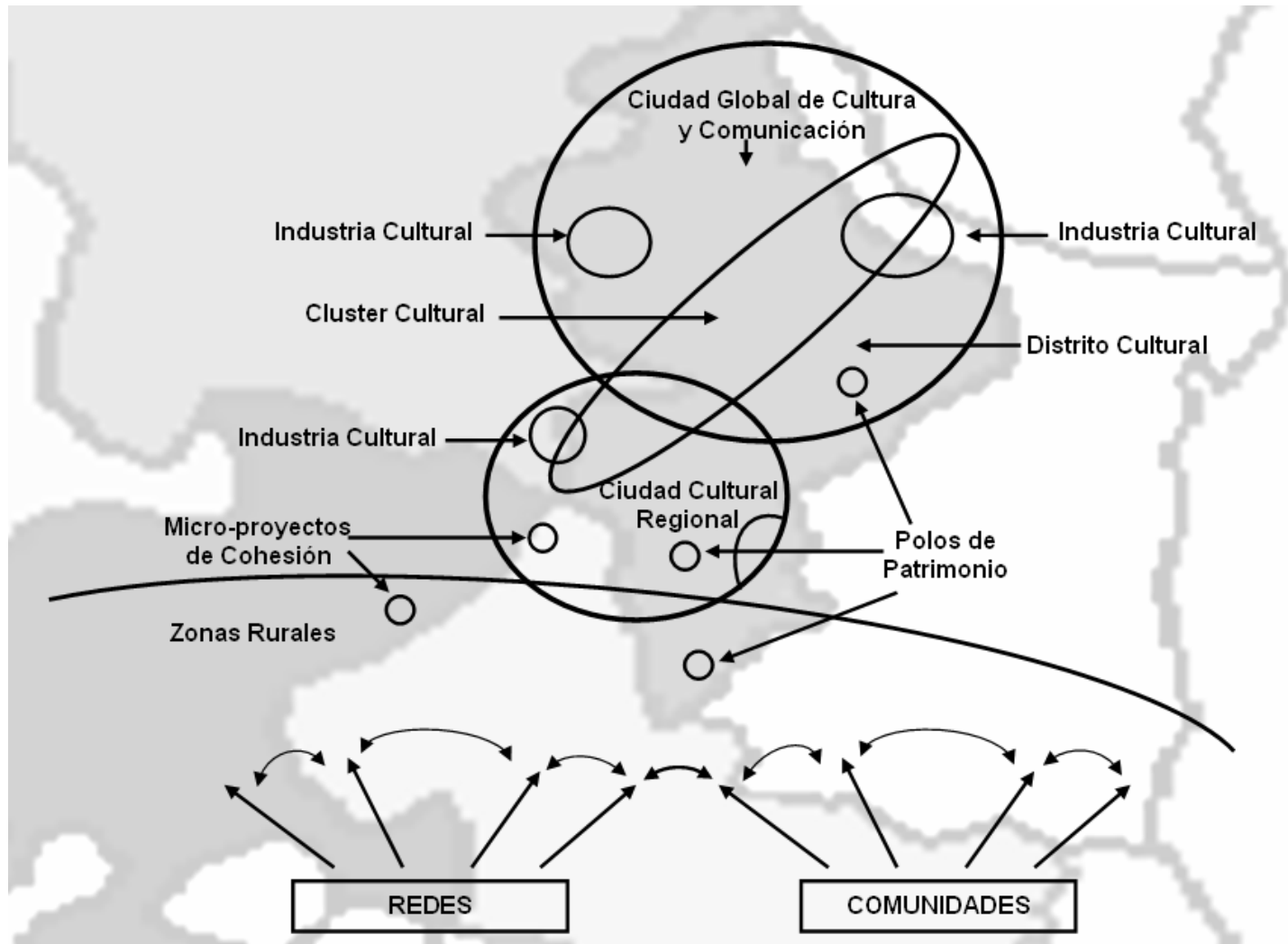
## INTRODUCCION

### UN ENFOQUE SISTÉMICO INTERRELACION ENTRE INDUSTRIAS, TERRITORIO Y REDES

Se presenta a continuación un cuadro en el que se busca ilustrar el “Sistema Cultural Integrado”, en el centro se muestra los dos tipos de productos generados por el sistema cultural: materiales e inmateriales. A su vez los primeros se dividen en productos de artes y aquellos de artes aplicadas y artesanía y los inmateriales en servicios culturales y en medios de producción y de vida cultural. El marco exterior a estos productos detalla todos los tipos de productos y servicios culturales. Los rombos exteriores son los diversos sistemas productivos que tienen interrelación con el cultural. En la parte superior se señalan los tres roles que el Estado tiene en el sistema cultural.



El cuadro detalla el esquema que seguiremos en nuestras propuestas y cómo todas ellas interactúan entre sí:





Creemos que solamente es la conjunción positiva de todos los actores que tienen que ver en el desarrollo integral, podrá avanzarse en “sistema”. Nos encontramos aquí gobiernos, asociaciones empresariales, científicos y tecnólogos, organismos financieros y sociedad.

Solamente mediante los esfuerzos concertados de todos, como una orquesta tocando una sinfonía, como un coro entonando un himno, podremos responder como un sistema competitivo a los dos desafíos de manera simultánea. Las entidades territoriales/regionales/locales como sistemas económicos

Las pequeñas y medianas empresas representan un actor importante de nuestra realidad: es creadora de un tejido económico y social basado en la diversidad, la complementación, la necesaria colaboración en cadenas y constelaciones de empresas, la flexibilidad de los pequeños.

Pero esta flexibilidad y competitividad solamente se dan en el encuentro, porque cien pequeñas empresas dispersas, separadas, actuando unas contra otras no podrán nunca competir contra una gran empresa o contra veinte pequeñas integradas productivamente. Es decir, solamente aprendiendo que no somos islas, que nos conviene más colaborar que competir salvajemente, podemos lograr objetivos.

La pobreza, en parte representa un resultado de causas históricas y en parte proviene de efectos de la nueva onda globalizadora. Nuestro país tiene de ambas pobreza, las poblaciones que carecen de todos los instrumentos de desarrollo y de salud, educación y alimentación, y los pequeños negocios arrollados por importaciones salvajes o por consorcios sin responsabilidad social.

Nuestro país se enfrenta a la paradoja de islas de prosperidad y modernidad en medio de un mar de sobrevivencia que tiene en su seno importantes profundidades de miseria y desesperanza.

Es nuestra tarea que conjuntemos todos los medios con una “Orientación Sistémica” pero con medidas concretas orientadas a lo “Local” y “Focalizadas” a cada necesidad competitiva y social.

El desarrollo debe concebirse como un proceso de expansión de libertades y no sólo como crecimiento del producto interno bruto o la riqueza material. Estos últimos son importantes, pero no en sí mismos, sino como instrumentos para ampliar las libertades de los individuos y de los grupos sociales de modo que puedan alcanzar los fines que ellos se proponen.

La sociedad, la economía y la política y sus estructuras son el marco que permite o impide desarrollarse a los más pobres, y en general a toda la sociedad. Es importante reconocer que una economía dinámica es básica para lograr que

los pobres salgan de la pobreza y que las inequidades disminuyan, pero no es suficiente. Una solución a los problemas sociales no puede estar solamente dentro de las políticas 'sociales' y tampoco solamente en el ámbito micro, tiene que ser meso y macro integral.

Nuestro país está unido por sus tradiciones culturales, por su Patrimonio Común. La cultura se vuelve una base de identidad que permite el desarrollo "a partir de nuestras tradiciones" y no contra ellas, que permite que conjuntemos las fuerzas que nos han permitido sobrevivir como nación tantos años. Nuestro patrimonio cultural puede y debe ser una plataforma importante para el desarrollo sustentable y el desarrollo integral debe contribuir a preservar nuestro patrimonio vivo.

Se utiliza el término "territorialización" para describir la gama de actividades económicas que dependen de recursos que tienen especificidad territorial, esto se refiere tanto a activos que se encuentran disponibles en un cierto lugar, como aquellos cuyo valor real emerge en un contexto particular de relaciones sociales, o inter-institucionales que dependen de una proximidad geográfica. EL territorio no es una página en blanco o una caja vacía, sino un complejo sistema de relaciones y actividades de los cuales partir para crear las nuevas políticas de desarrollo.(Deidda, 2000).

Existe la gran cantidad de definiciones de región, para nosotros es central que se señale la necesidad de construir la región y no una delimitación física permanente, como lo señalan Scott y Storper "...la construcción de una economía regional involucra no solamente el desarrollo de un aparato productivo en base a las decisiones atomizadas de empresas y trabajadores, sino también una "política de lugar", o en otras palabras la construcción social de aquellas estructuras institucionales y reguladoras que deben estar presentes para asegurar el orden y la continuidad económica"(Scott y Storper, 1992).

Hay un inicio en México de activa investigación sobre el papel de las regiones, y un diálogo sobre políticas públicas que deben diseñarse a partir y para las regiones. (véase UNAM-Canacintra, Ferreira, Arroyo-Berumen, Bianchi, Arroyo-Keim, Polese ).

Los sistemas económicos regionales no son homogéneos, sino que están compuestos por numerosos sistemas locales. Es importante que la región brinde una cobertura adecuada a los sistemas locales y les permita prosperar.

Es importante una acción a nivel regional general, pero también es indispensable detectar las áreas locales y subregionales –superando la visión de las fronteras políticas- e impulsar su crecimiento. Asimismo es importante reconocer la importancia de las ciudades, zonas metropolitanas y megalópolis de manera que cada una cumpla su vocación y fortalezca sus ventajas competitivas en beneficio propio y con sinergias hacia la región.

## 1. Enfoque Territorial

Entendemos el territorio no sólo como espacio físico en el cual se realizan programas, sino como un lugar en el cual los sujetos comparten sus proyectos, concertan sus acciones, realizan conjuntamente acciones y viven un presente — en base a un pasado — y se arriesgan a vivir un futuro comunes.

Las economías locales no son solamente relaciones de mercado, sino por ser lugares de relación integral, puede haber acciones creadoras de instituciones – públicas o de mercado- que se basan en la poca o mucha cohesión social y competitividad de la sociedad en el territorio. (Trigilia, 2001).

Los territorios tienen hoy numerosos desafíos, provenientes de la globalización o de la competencia inter-regional. Así como hay municipios que tienen actividades culturales de carácter puntual (Ander-Egg, 2005), así nos encontramos con regiones en proceso de promover el marketing territorial a partir de sus distritos culturales ya que la cultura asume un papel primordial en la diferenciación y en ser portador de una irrepetible complejidad que se nutre de formas de vida, producción, paisaje y todo lo que los franceses llaman “produits identitaires”. Otros que tienen “ciudades difusas” en donde no hay centro, identidad, servicios o instituciones o aquellos que tienen poblaciones que no pertenecen anímicamente al lugar que habitan.

Obviamente los primeros parecieran tener oportunidad de sustentabilidad en tanto los otros ni cultural, ni competitivamente parecieran tener futuro, ni presente. ¿Cómo promover este futuro cultural, de cohesión social y de sustentabilidad? Este es el propósito de la sección que presentamos a continuación.

### A. Ciudades globales de la cultura y comunicación

El descubrimiento del sector cultural como potencial motor del desarrollo económico local puede atribuirse, según Pietro Valentino al *Greater London Council*, que en los años setenta elaboró la primera estrategia en este campo. (Valentino, 2003).

Vivimos en lo que Gerard Althabe llama “la ciudad rota”: “El paisaje urbano se nos presenta dominado por una fractura que separa dos mundos, haciendo aparecer aquel que se encuentra más allá de sus confines como si hubiera entrado en disidencia con el resto del cuerpo social. Esta amputación se construye sobre la base de la alteridad étnica y la violencia”, (Fanjzilber, 2003). En América Latina (...) se produce una expansión masiva del consumo de productos simbólicos o mensajes producidos por la televisión, y un proceso de empobrecimiento caracterizado por una abrupta baja de los ingresos de la población (...) crece sostenidamente el número de aparatos de televisión por cada mil habitantes y decrece sostenidamente la capacidad de compra del salario mínimo urbano (...) Dicho desfase era interpretado como una fuente de tensión social, especialmente concentrada en la juventud... la televisión canalizaba expectativas de consumo semejantes a las de los países desarrollados que, enfrentadas a débiles posibilidades de ser materializadas por su escaso poder adquisitivo, terminaban produciendo frustración, la cual redundaba en tensión social y violencia”. (Fanjzilber, 2003).

Por lo general las comunidades creativas se establecían en las capitales de las potencias líderes. Sólo ellas tenían la riqueza para atraer a amplios grupos de artistas. Cada día más ya no es así. En años recientes han surgido nuevos laboratorios creativos en pequeñas ciudades en pequeñas ciudades universitarias como Austin, Tejas; Amberes, Bélgica; en los empobrecidos barrios de Marsella Francia y en Gateshead, Inglaterra. En Tijuana una nueva generación de artistas está poniendo su trabajo en Internet para que lo vea el mundo. Lo importante es un despertar, una chispa creativa para fomentar una comunidad, luego comienza a correrse la voz y se atraen nuevos niveles de creatividad, luego pequeños negocios, nuevas firmas técnicas y de diseños... más tarde el aburguesamiento. (Piore, 2002).

Es indispensable (Landry, 2000) promover en las ciudades una fuerte identidad cultural que es central en distinguir la ciudad en un mundo homogeneizante y es base para crear una serie de precondiciones para establecer un orgullo comunitario y la preocupación y acción para la ciudad. Para ello se requiere un sentido de futuro y de memoria compartida, así como un conjunto de acciones que a través de todos los medios y símbolos transmita esa identidad.

Esta identidad — en una sociedad plural — debe no ser excluyente sino que brinde espacio neutral, acogedor y activador para todos los ciudadanos a fin de que puedan expresar su creatividad y compartirla.

Deben ser acogedores también en el sentido económico, ya que las poblaciones más creativas y arriesgadas normalmente no cuentan con muchos recursos, tanto para distritos (ver más adelante) como para individuos o para espacios de encuentro. Es especialmente importante que haya posibilidad de permanencia, así como de acceso aunque sea marginales.

Los espacios, distritos o conjuntos que abra la ciudad tendrán su propia vocación, pero es importante un ambiente general de respeto y mecanismos de vinculación y de redes dentro de la ciudad que se vean como partes de un todo que avanza.

Más que acciones puramente de “show” burocrático — muy comunes en nuestra política — es importante que sean eventos que desemboquen en procesos y transmitan mensajes claros, que vinculen a nuevos actores a proyectos prioritarios, sean realizadas profesionalmente y sean seguidas de medidas que propicien la colaboración.

A continuación presentamos dos Estudios de Caso de ciudades globales: Barcelona y Londres. Y en seguida nuestra propia propuesta de la región Centro País, como un área de potencial global de cultura y comunicación.

### **Estudio de caso: Barcelona y sus “distritos culturales”**

En el caso de Barcelona, se observan procesos similares en dos zonas de la ciudad: el Raval y el Poble Nou. Sobre este último ejemplo se le ha acuñado el término el “SoHo Barcelonés”. Las políticas culturales desarrolladas desde el Distrito Municipal de Sant Martí, de acorde con el Plan Estratégico de Cultura la Ciudad de Barcelona, han permitido desarrollar una red de centros cívicos especializados, talleres de creación artística en fábricas, así como nuevos espacios y equipamientos asociados con este proyecto de tematización del distrito vinculando la nueva industria (nuevas tecnologías y comunicación) con la vivienda, la cultura (y especialmente la creación artística) y el ocio.

En relación con los centros cívicos, el Centre Cultural La Farinera, se ha especializado en patrimonio industrial, como sede o radial del Museu d’Història de la Ciutat, pero no únicamente en el patrimonio construido - el edificio que alberga el centro es una antigua fábrica de harinas - sino también en la memoria oral de las personas protagonistas de la historia reciente asociada con la industrialización; Centre Civic Can Felipa, una antigua fabrica textil, ahora centro cívico especializado en arte contemporáneo, orientado a nuevos creadores, y artes escénicas, desde donde se organiza el Festival de les Arts Escèniques en asociación con entidades barriales como el Casino l’Aliança y el Centre Moral Cultural; Centre Cívic Sant Martí, centrado en las artes escénicas, y organizador del Mercateatre y de un programa de itinerarios urbanos sobre creación y espacio público; Centre Cívic Besòs, especializado también en artes escénicas donde destaca el Butxaca Teatre, para hacer más accesible el teatro a la población, un programa de flamenco en colaboración con la Asociación Proamina y una participación activa en la organización de la Feria de Abril en la Nueva Mar Bella; así como Can Saladrigas, desde donde se promueven talleres y exposiciones de artistas noveles en colaboración con Hangar, entidad gestionada por la Associació d’Artistes Visuals de Catalunya y apoyado por el Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). A esta estrategia se suma el nuevo espacio del Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA) en la fábrica Oliva Artés, que acogerá las producciones más vanguardistas, al estilo del MOMA en Nueva York.

Sobre los talleres de creación artística en fábricas, destaca Hangar; Palo Alto, la antigua fábrica textil Juan Ribas y Cia, que acoge el estudio de Javier Mariscal, la sede de la Winchester Art of School y Cromosoma Produccions, entre otros: o el Centre d’Art Contemporani Pira-midon, una iniciativa privada e independiente con talleres para creadores y sala de exposiciones para artistas residentes a modo de galería.

La mayor parte de los estudios y centros de creación artística participan en una iniciativa colectiva de puertas abiertas que se promociona bajo la denominación Tallers Oberts del Poble Nou (TOP).

Sobre la creación de un polo industrial especializado en las nuevas tecnologías y la comunicación ya se ha comentado el Projecte 22@, que incluye equipamientos como la antigua cerrajería Can Canela, sede actual del Institut Català de Tecnologia; Ca l'Arañó, que acogerá a la Facultad de Audiovisuales de la Universitat Pompeu Fabra; El Cànem, con parte de los talleres de La Vanguardia; la Zona Fòrum 2004 con la Plaça del Fòrum, Parc Diagonal Mar,...; el nuevo Campus Universitari de Llevant, entre Sant Adrià del Besòs y Sant Martí; la ubicación de una nueva sede de FNAC en el Centre Comercial de Diagonal Mar, con sala de exposiciones y auditorio; o la configuración de un polo de ocio nocturno, denominado Triangle Golfo, con la Sala Razzmatazz (antigua sala Zeleste) como punto central.

### **Estudio de Caso: Londres Capital Cultural**

En 2004 el Alcalde de Londres presentó la estrategia cultural de su ciudad global que aprovecha las instituciones, la diversidad, la herencia, creatividad e innovación que se presentan en ese territorio para dar un sentido de identidad, reunir a personas de diversa procedencia, trascender barreras e inspirar, crear riqueza y dar placer a todos.

La estrategia tiene cuatro objetivos: excelencia, creatividad, acceso y valor. Todo está basado en la diversidad reconocida a todas las comunidades que integran el Londres actual.

Cada objetivo deberá ser alcanzado por diversas líneas de acción:

- EXCELENCIA:** Lograr que se reconozca a Londres como una ciudad de cultura de clase mundial.
- Política 1:** Londres requiere lograr que sus instituciones y eventos culturales sean de alta calidad.
- Política 2:** Se requieren mejoras en infraestructura y apoyos para lograr el potencial creativo de la diversidad cultural de Londres.
- Política 3:** Londres requiere desarrollar su marca y promoverse como una ciudad cultural mundial y destino de turismo.
- CREATIVIDAD:** Promover la creatividad como factor central del éxito de Londres.
- Política 4:** Se requiere reconocer a la creatividad como una aportadora significativa al éxito y economía de Londres.
- Política 5:** La educación y aprendizaje a lo largo de la vida deben tener un papel central en nutrir la creatividad y el empleo.

<b>ACCESO:</b>	Asegurar que todos los londinenses tengan acceso a la cultura en la ciudad.
<b>Política 6:</b>	El acceso a la cultura debe ser un derecho de todos los londinenses.
<b>Política 7:</b>	La cultura debe ser un medio de empoderamiento de las comunidades de Londres.
<b>Política 8:</b>	Debe haber una amplia distribución de productos culturales de alta calidad a todos los niveles: local, sub-regional y regional.
<b>Política 9:</b>	Se debe animar la actividad cultural en el desarrollo y regeneración de Londres.
<b>Política 10:</b>	El valor cultural y el potencial de los espacios públicos debe realizarse plenamente.
<b>VALOR:</b>	Asegurar que todo Londres obtenga el mayor valor de sus recursos culturales.
<b>Política 11:</b>	La cultura en Londres debe recibir los recursos que sean apropiados para sus necesidades demográficas, económicas y espaciales.
<b>Política 12:</b>	Las estructuras y financiamientos para la cultura deben dar a los londinenses, los mejores resultados.

Fuente: London Cultural Capital (Mayor of London, 2004)

## **Propuesta: El Centro del País: Región de Cultura.**

La Región Centro País es el corazón cultural de lo mexicano y debe preservar y fomentar sus culturas para beneficio del conjunto de la Nación mexicana en el mundo diverso de hoy. La cultura es socialmente un elemento aglutinante de la mayor importancia entre los diversos niveles de la economía plural de la región. En la etapa productiva actual, la producción cultural tiene posibilidades técnico-económicas y sociales muy favorables, por ello se deberá promover la ventaja competitiva de la cultura regional para favorecer sus diversas actividades (industrias y clusters culturales y creativos, medios de comunicación, distritos culturales urbanos, artesanías -especialmente indígenas-) en particular utilizando a la Ciudad de México en su papel de Ciudad Global Cultural

El planteamiento tiene como objetivo producir sinergias positivas entre las actividades culturales valiosas para una población dada y las actividades económicas, dándoles mutuo sustento.

Creemos que el espacio local y la cultura están claramente interrelacionados porque un espacio específico es por antonomasia un espacio denso de interrelaciones humanas que lo diferencia de cualquier otro.

En la época de las 'marcas' un producto que no sea 'commodity' (genérico-básico) requiere ligarse a una imagen de lugar, que le brinda legitimidad y calidad. Los espacios culturalmente vivos tienden a presentar identidades bien definidas y a aprovechar las escalas de aglomeración para fortalecerse mutuamente y para especializarse en ciertos aspectos y en los servicios concomitantes.

El logro de una promoción participativa de los actores requiere medidas de índole gubernamental, académica, social, política, de promoción y económica. Hasta el momento las políticas culturales no han sido complementadas con el apoyo simultáneo de otras políticas locales o regionales que cuenten con el apoyo de los actores involucrados.

Con el fin de lograr que las medidas tengan mayor eficacia, se cree 'masa crítica', se integren medidas plurisectoriales y multidisciplinarias, se fomente y aproveche la identidad y todas ellas se dirijan a ámbitos específicos en los que se vean resultados, se considera necesario un enfoque integral por "distritos o clusters culturales" a nivel local y subregional.

El programa se dirige a afianzar la identidad de los grupos culturales de la región, a la vez que generar, con base en ello, actividades económicas que proporcionen una vida digna a la población. Con ello se propone:



- Aprovechar y optimizar las medidas y políticas culturales y turísticas ya realizadas.
- Permitir economías de escala en la promoción artesanal y artística.
- Focalizar las acciones públicas y privadas hacia el logro de calidad y complementación,
- Asegurar a los actores locales y regionales los recursos adecuados, evitando la competencia por recursos.

Se favorecerá el desarrollo local: actividades económicas tradicionales, actividades artísticas, turismo cultural, recuperación ambiental y del patrimonio material e inmaterial que constituyen el acervo de riqueza de las propias comunidades.

Se propiciará el agrupamiento o articulación operativa de todas las actividades culturales de la región.

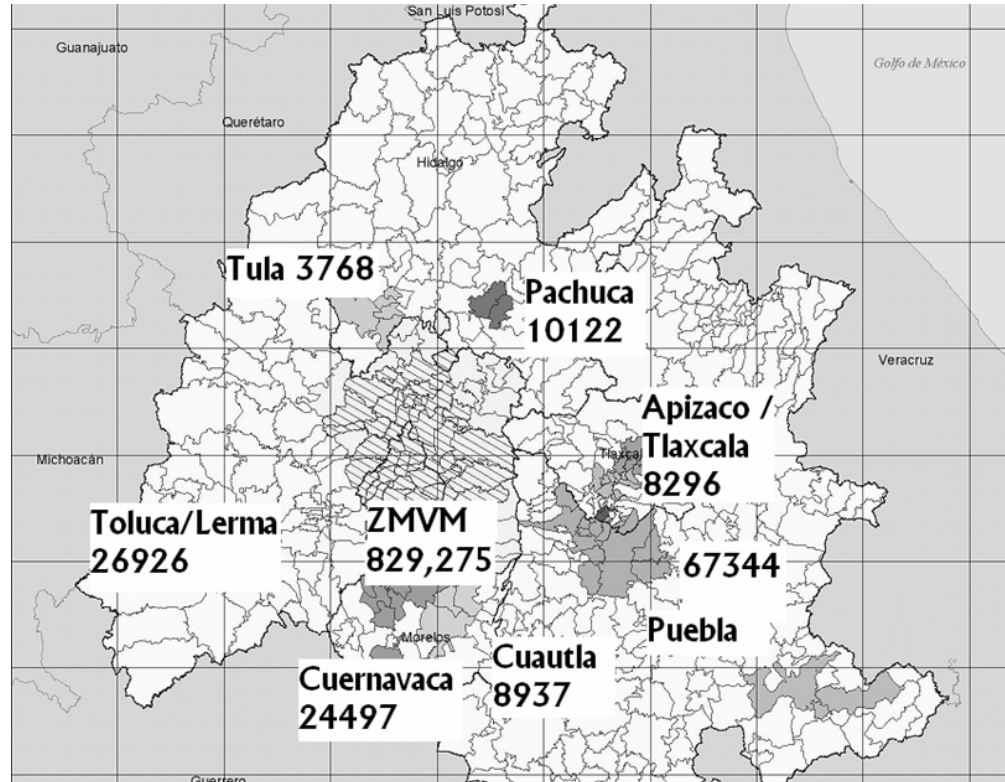
Se propiciará la participación de las distintas instancias de gobierno, académicas, sociales, políticas, de promoción y económicas en una acción conjunta y coordinada.

La ZMVM es una ciudad global, lo es en particular por la concentración de medios de comunicación social e industrias culturales en lengua española, siendo la principal ciudad de habla hispana en el mundo, el punto de referencia obligado (en competencia con Madrid y Barcelona que son clasificadas como Ciudades Globales de Medios de Comunicación tipo “Beta” en tanto que la Ciudad de México es clasificada como “gamma”) en el mundo de habla hispana. Las tasas educativas en España son generalmente mejores pero la magnitud del mercado mexicano puede compensar esta situación. Desafortunadamente las políticas culturales – más bien su ausencia-, así como la falta de visión de la cultura en los tratados de libre comercio firmados por México, han erosionado este papel y favorecido el control extranjero de estos medios. Por otra parte la ZMVM se encuentra en la permanente interacción cultural con la cultura norteamericana y con la cultura hispana en Estados Unidos y es una de sus fuentes de influencia y a su vez es la traductora de esas culturas para América Latina. En este campo son variables claves para la competitividad la tradición, la creatividad, la magnitud del mercado, la cercanía a empresas de comunicación, las posibilidades de convergencia digital.

Esta Región tiene entre sus activos los siguientes, es sede de las principales cadenas radiales y televisivas, de todos los diarios y revistas nacionales, de radios y televisoras de las instituciones educativas. Es sede de los principales museos del país, las bibliotecas más abundantes en libros, importantes zonas arqueológicas y centros históricos, entre otras.

La población económicamente activa en el sector privado, en industrias culturales y turísticas comprende 969,000 personas solamente en las zonas metropolitanas o ciudades de mayor impacto cultural o turístico (Valle de México, Puebla-Tlaxcala, Toluca-Lerma, Apizaco, Cuautla, Cuernavaca-Jiutepec, Pachuca, Tlaxcala y Tula).

### Región Centro País, principales áreas urbanas: Industrias culturales, PEA en empresas privadas



Fuente: Censos económicos 1999

**NOTA:** En el Anexo 1 se presenta de manera completa la Propuesta El Centro del País: Región de Cultura

## **B. Proyectos de Patrimonio Histórico**

Por lo que se refiere al aprovechamiento del patrimonio histórico, existen diversas experiencias muy útiles (Grefe, 2004), entre ellas destacamos tres muy diversas: Los polos de economía del patrimonio y los proyectos culturales del territorio en Francia y el Proyecto Redes en México.

### **Primer ejemplo: Los Polos de Economía del Patrimonio en Francia (Virassamy, 2002)**

En la primera experiencia se busca una valorización cultural, económica y social del patrimonio cultural y natural.

La ambición de los polos de economía del patrimonio es la de construir proyectos territoriales que utilicen el patrimonio, no solo como objetos culturales o turísticos, sino como activos importantes para un desarrollo innovador en sintonía con las expectativas ciudadanas, con la actividad económica en su conjunto.

El desarrollo a través del patrimonio muestra que éste constituye un eje innovador, en especial para el mundo rural.

Este experimento francés está basado en los siguientes principios:

- una definición de verdaderos proyectos de desarrollo global, que asocien al conjunto de la sociedad local y a todas las actividades económicas.
- Una visión contemporánea del patrimonio, con visión de futuro, no una visión nostálgica.

Existen tres tipos o familias de polos del patrimonio (Virassamy, 2002):

- una con dominio del turismo cultural, frecuentemente alrededor de un gran sitio,
- una con dominio del “savoir-faire” y de las cadenas productivas, ligado a la artesanía,
- una con dominio de la calidad de vida, ligada a la valoración de paisajes y del pequeño patrimonio, ligado a la atracción del territorio y de actividades de servicios

Para las autoridades francesas esto no significa que exista un solo modelo de Polo reproducible tal cual, porque la naturaleza del patrimonio y la diversidad de actores brindan a cada uno una personalidad y una vitalidad propias.

Tres polos, que cuentan con resultados significativos son:

### **El PEP de Saint-Savin " Pays des Couleurs " (País de colores)**

La dinámica de economía patrimonial se apoya en los frescos de la abadía del siglo XII, clasificada como patrimonio mundial por la UNESCO, que a su vez han suscitado la creación del *CIAM* (Centre International d'Art Mural). Tres polos de actividades se están desarrollando: una antena del *CRITT* (Centre régional d'innovation et de transfert de technologie) en el que cinco personas se dedican a desarrollar la utilización de materias primas colorantes vegetales para actividades artísticas, industriales y artesanales; el *Acropole* que acoge a profesionales de la conservación y restauración de obras policromas; un programa "*façades et couleurs*" dedicado a la revalorización de las tres aldeas de la aglomeración.

### **El PEP de Limoges "Les Arts du Feu " (Las artes del fuego)**

En paralelo al proyecto cultural y museográfico del Museo Nacional de la Porcelana Adrien Dubouché y del Museo municipal del Obispado consagrado al esmaltado, las iniciativas públicas y privadas del PEP de las Artes del Fuego (Arts du feu) tienden a la valorización económica y turística de la porcelana de Limoges y de las artes del fuego en general.

La instrumentación y duración del proyecto se fundan en el interés del conjunto de los actores locales y de los profesionales de la porcelana de Limoges, del esmalte y del vitral. Entre los proyectos bajo examen del Comité de Guía, están: un circuito de visitas de empresas, la creación de una marca de calidad, la creación de eventos, recorridos; la traducción de las artes del fuego en el mobiliario urbano; la creación de un polo turístico de acogida y servicios, así como un sistema productivo local.

### **El PEP Rhône (Río Ródano)**

El conjunto del patrimonio nacido de la acción del hombre y ligados al río, como los medios naturales correspondientes, son la fuente de una acción de valorización, recalificación y retorno a la naturaleza del Ródano Medio con el objetivo de reapropiación del río por sus habitantes.

El PEP, situado el río medio, se desarrolla en múltiples sitios de actividades diversificadas en torno al descanso y entretenimiento, el descubrimiento del medio ambiente, la pesca, la gastronomía, las travesías en barco, la recalificación de zonas y el turismo de proximidad dirigido a los ciudadanos de las urbanizaciones cercanas, Lyon y Saint-Etienne.

De esta manera, el PEP conjuga una política de preservación de los medios y del patrimonio, una iniciativa de calificación del nivel de vida de los habitantes, con el desarrollo de un turismo de proximidad atraído por el entretenimiento, las operaciones pedagógicas y culturales, o por un sencillo paseo.

### **Historia de una idea**

La iniciativa de los polos de economía del patrimonio (PEP) iniciada por la DATAR a raíz de la reunión del *Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire* (CIADT) de Troyes en 1994, tiene como objetivo utilizar el patrimonio diversificado de Francia como palanca del desarrollo económico. Los PEP deben auxiliar a transformar las potencialidades de actividades y de empleos.

No pertenecen ni a una estructura, ni a una línea presupuestal específica, sino a un proceso que busca poner en red las iniciativas locales con el objetivo de crear desarrollo económico. La valorización de los recursos patrimoniales tiene un efecto de tracción en numerosos sectores: el turismo, la construcción, la producción industrial tradicional de alta calidad, la artesanía artística y otros "savoir-faire", los empleos ligados al mejoramiento del nivel de vida y al medio ambiente.

Los polos de economía de patrimonio nacen de una apuesta: sobre la existencia y yacimiento ligados al disfrute del patrimonio, a los productos de calidad, a las profesiones de servicio a los habitantes.

Al privilegiar la cultura, la innovación, el sentido de intercomunidad, se encuentran en el corazón de un movimiento de recomposición de los territorios, iniciada por la ley de orientación para el desarrollo sustentable del territorio del 25 junio 1999.

Las potencialidades de desarrollo pueden fundarse tanto en el relanzamiento de cadenas, utilizando los « savoir-faire » antiguos y raros, o bien en la rehabilitación del patrimonio construido, o la creación de actividades culturales y pedagógicas destinadas tanto a los habitantes como a los visitantes. Las iniciativas deben formar un todo coherente e irrigar al conjunto del perímetro involucrado. Por ejemplo, la recalificación de un sitio turístico destacado no debe dañar, por su éxito, la visita de otros sitios dignos de interés que se encuentren cercanos.

Dicho de otra manera, se trata de animar sinergias, lucha contra la competencia, promover la puesta en red de diferentes polos de atracción o de competencia, favorecer la cooperación de los actores locales, sean estos del sector privado o del sector público, dentro de un proyecto global del territorio.

Resultados iniciales

Se han creado 31 PEP, hay ya 68 actividades directamente dentro de las estructuras de apoyo a los PEP (para el período 1997-1999), numerosas contrataciones (Virassamy, 2002).

### **¿Como iniciar un polo de economía del patrimonio?**

Apoyarse en la iniciativa local

La constitución de un PEP debe ser fruto de una iniciativa que se base en la participación de múltiples actores locales: funcionarios electos, personalidades locales, dirigentes de empresas y asociaciones. Es estratégico para el éxito el grado de motivación de estos actores.

### **Definir un proyecto: la elección de un tema patrimonial y del territorio**

Los proyectos estructuran su inicio alrededor de un tema patrimonial preciso. Sin embargo, éste se cobija bajo un rubro más amplio:

- patrimonio monumental clásico,
- patrimonio rural vernáculo,
- patrimonio industrial y artesanal,
- paisajes y riquezas ambientales,
- identidad etnológica, savoir-faire, tradiciones,

- materiales específicos utilizados ayer o en la actualidad en actividades locales,
- Memoria colectiva organizada alrededor de un hecho histórico o del recuerdo de un personaje célebre

### **Definir una estructura de apoyo**

Esta estructura es fundamental porque en ella descansa la puesta en marcha del proyecto. Debe ser una estructura inter-comunitaria o inter-municipal. Debe ser percibida como legítima por el conjunto de los actores del territorio y tener las capacidades y competencias necesarias para lograr el éxito de las actividades previstas.

### **Establecer un comité de dirección**

El comité de dirección es el lugar de discusión en el que se definen y se elabora el proyecto. Le corresponde, conjuntamente con la estructura portante, el confiar el estudio y la promoción a una consultoría o a un equipo local. Vigila la integración del proyecto con las políticas locales de desarrollo. Se le asigna una doble responsabilidad de impulso y de vigilancia, con el fin de asegurar la cohesión del proyecto en el territorio frente a situaciones diferentes de obras, actores, actividades y tipos y escalas de intervención.

### **Iniciar una fase de estudio de las formas de promoción**

La fase consagrada a un estudio de factibilidad constituye el catalizador de la movilización local. Esta fase comprende el estudio propiamente dicho y la promoción y animación del establecimiento de la red de actores locales.

En efecto el carácter movilizador y creativo de la fase de estudio es un elemento determinante. Las iniciativas y el impulso que las acompaña serán el tema de reuniones, exhibiciones, publicaciones, etc. Guiadas por el comité de dirección. La idea es la de asegurar una continuidad entre la dinámica iniciada por el estudio y, enseguida, la realización efectiva de los proyectos estructuradores del PEP.

### **Segundo Ejemplo: Los Proyectos de cultura del territorio.**

Orientados a las comunidades rurales, tienen muchas similitudes con las del patrimonio, en cuanto requieren según sus promotores “una obra, un público y personas asociadas”.

Pero el territorio para estos proyectos, está basado en un construcción de actores que se interrelacionan, en un cuadro geográfico, en la búsqueda de un objetivo aceptado por la sociedad y en relaciones sociales, culturales y políticas económicas y simbólicas (Leader), es decir la primacía está en la colaboración e interrelaciones.

Estos proyectos por lo tanto ponen gran énfasis en las instituciones y en sus interrelaciones que en el caso francés han evolucionado notablemente del centralismo hacia la participación y colaboración entre actores. Así cabría destacar desde los aspectos micro como fundaciones y los Establecimientos de Cooperación Cultural, los aspectos meso, como son las municipalidades, las colaboraciones intermunicipales (sindicatos intermunicipales, comunidad de ayuntamientos, comunidad de aglomeración) favorecidos por leyes como la Chevenement y la Voynet, los “pays” (territorios de proyectos caracterizados por la cohesión (Ley 95-115); los parques naturales regionales, los departamentos y las regiones; a nivel macro el Estado interviene con sus ministerios, como también lo hace la Unión Europea, y los contratos Estado-Región. (Ley 2002-6)

### **Tercer Ejemplo: El Proyecto Redes**

Al hablar del territorio nos referimos al espacio apropiado y valorado -simbólica o instrumentalmente- por un grupo humano determinado

A la memoria la consideramos el ejercicio del recuerdo de hechos pasados que cobran relevancia en la reinterpretación y transmisión de unos a otros.

Así, la configuración de las identidades se produce a partir de estos dos elementos que, a su vez, detonan en la:

- Conciencia social de pertenencia a un colectivo, con fronteras físicas y/o simbólicas. Búsqueda de lugares y de encuentros y apropiación de los mismos.
- Sensación de pertenencia y territorialización de las experiencias.
- Referente de las peculiaridades y la conservación de éstas.



Resumiendo, el objetivo del proyecto es: en torno a los temas de memoria y territorio, influir y potenciar la creatividad a partir de acciones artísticas y culturales itinerantes. Ser itinerante no implica efímero, buscamos legar nuevas formas de proponer, de trabajar e impulsar la autogestión, en este punto radica nuestro plan de sostenibilidad.

Las propuestas generales del proyecto son:

- Revalorar aspectos de memoria y fomentando la identidad del barrio a partir de la participación comunitaria
- Reutilizar espacios públicos con posibilidades de ser usados en actividades recreativas y de sociabilidad y no Violentas.
- Reutilizar monumentos o espacios patrimoniales con valor simbólico por la gente del lugar
- Narrar la propia historia y cultura de La Merced desde otras perspectivas, la actual y la de otros tiempos, con distintos soportes mediáticos que cuenten de manera distinta lo "siempre visto" y ya no valorado por la cotidianidad.
- Revalorar la crónica del sitio.
- Integrar la infraestructura de la zona en las iniciativas culturales y los espacios públicos como escenario de lo que ocurre ahí mismo.
- Dotar de usos alternos a los espacios patrimoniales (monumentos, patios, plazas).
- Impactar y añadir valor al entorno a partir de su divulgación social.

Nos interesa trasladar acciones a los espacios públicos con el fin de paliar la violencia callejera, la inseguridad y los focos de adicciones. O bien, intensificar el uso de bienes inmuebles inaccesibles para la gente de la comunidad.

El barrio de La Merced, para aterrizar en nuestro primer destino, cuenta con 45 por ciento del patrimonio histórico monumental total del centro de la Ciudad de México. Si esta densidad histórica fuera proyectada correctamente, permitiría el desarrollo pleno de estos espacios en una clara articulación con sus pobladores, favoreciendo un mayor grado de cohesión y de relación social entre los grupos a través de la organización de actividades familiares, sociales y culturales que fomentarán los procesos de integración de los habitantes del barrio con su patrimonio.

De este modo, el espacio museístico se flexibiliza y se amplía al llevarlo a uno público -plaza, patio, banqueta, bodega- y adquiere implicaciones sociales -el espacio museo- con un doble objetivo: impulsar la regeneración o resignificación de un espacio deteriorado, o bien, articular el patrimonio tangible con sus pobladores (Maillé y Barraza, 2004).

## C. Distritos de Cultura y Creatividad

Basado en el desarrollo de las comunidades industriales del norte, conocidas *como* la tercera Italia, el distrito industrial es definido por Becattini como "una entidad socioterritorial caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y de una población de empresas en un espacio geográfico e histórico dado", en donde hay una ósmosis perfecta entre ellos (Ramírez, 2003).

Son varios los elementos que constituyen el distrito. De entre ellos, la comunidad local es uno de los más relevantes, en virtud de que se constituyen en un conjunto relativamente homogéneo de agentes con un "sistema de valores y pensamientos, una cierta ética del trabajo y de la actividad, de la familia, de la reciprocidad del intercambio, que condiciona de alguna manera los principales aspectos de la vida". Estas condicionantes se erigen como un apoyo para el espíritu empresarial, más que *como* un elemento para el estancamiento de la zona.

Según Becattini, el mercado, la empresa, la familia, la Iglesia y la escuela son algunas de las instituciones, además de las instancias sindicales, autoridades locales, políticas, etcétera que interactúan en un conjunto de valores que favorecen el cambio y la organización interna de la producción. La historia cierra las relaciones que existen entre ellos, que no están exentas de conflictos, pero interactúan en una red cerrada parcialmente a influencias externas y en donde la migración puede ser más de tipo local que internacional que interrumpiría esas relaciones entre las "familias" (Ramírez, 2003).

Esta gama amplia de recursos humanos con tradición histórica que los une, según Becattini, es un potencial fundamental que permite considerar al distrito como una "especie de capital flexible, capaz de producir numerosos productos diferentes aunque dentro de una misma gama" y en donde la tendencia de los empresarios para dejarse cosmopolitizar se esgrime en la medida que vuelve sus ojos al distrito para poder extraer de él nuevas ramas de la producción; las decisiones se entrelazan en una densa red de decisiones en donde la banca local tiene una importante función en la vinculación empresarios-financieros .

La concepción del distrito es de un espacio de interacción armoniosa y virtual entre comunidad y territorio, en donde el origen y el desarrollo del distrito industrial no se basan sólo en un ensamblaje localizado (y además no fácil de realizar) de ciertas características socio culturales propias de una comunidad dada (sistema de valores, de comportamientos y de instituciones) de características históricas y naturales particulares, de una zona geográfica (orografía,

vías de comunicación y centros de intercambio, modo de urbanización, etcétera) y de especificidades técnicas inherentes a un proceso productivo (proceso descomponible, series limitadas, entre otros), sino también en un proceso de interacción dinámica (círculo virtuoso) entre la división y la integración del trabajo practicadas en el distrito, la búsqueda permanente de nuevas salidas para su producción, y la constitución de una red de sólidos círculos con los mercados exteriores.

Esta noción de distrito es la que se va aplicando a la cultura, para permitir entre los habitantes de un barrio, colonia, calle, cerrada, cuadra, etc., etc., acuerdos formales e informales, el intercambio de ideas, de contratos, así como la confianza y respetabilidad en base a la proximidad (CURDS, 2004).

Es estratégicamente importante promover como primera dimensión de la cooperación el compromiso de los actores del distrito para intercambiar informaciones y conocimientos y activar mecanismos de coordinación que sin compromiso y confianza resultarían imposibles.

Asimismo es importante iniciar formas de aprendizaje mutuo y frente a terceros, tanto de cooperación como técnicos.

### **Las experiencias de distritos**

Los distritos pueden favorecer las colaboraciones estratégicas entre varios actores (Scheff y Kotler, 1996). Los proyectos de este tipo son compromisos durables e intensivos creados para beneficio mutuo que requieren inversiones significativas de tiempo y energías, a través de una misión común, en la que las partes realizan una planeación detallada y operan con canales de comunicación bien definidos.

Más de 90 ciudades en los Estados Unidos han planeado o instrumentado un distrito cultural, colocando a las artes como la pieza principal de la revitalización de una parte de una ciudad (Frost– Kumpf, 1998).

Según la definición de *Americans for the Arts* un distrito cultural es un área de una ciudad de uso mixto, bien reconocida en la que una alta concentración de servicios culturales sirve como ancla de atracción (Frost-Kumpf, 1998). Su contribución a las ciudades — grandes y pequeñas — es múltiple: embellecen y las animan, brindan empleo, atraen nuevos residentes y turistas, complementan a los negocios existentes, mejoran los niveles inmobiliarios, expanden la base impositiva, atraen personas educadas de alto nivel de educación, contribuyen a un medio creativo e innovador.

Sus objetivos son el revitalizar una zona particular, ofrecer actividades, convertirla en área segura y atractiva, proveedora de servicios para artistas y sus organizaciones, proveer actividades artísticas para los residentes y turistas, dar trabajo y vivienda para artistas, conectar las artes con el desarrollo comunitario.

Todo distrito refleja la situación especial de una ciudad, en Estados Unidos pueden ser clasificados según si son:

- Conjuntos culturales, generalmente fueron establecidos en el siglo XIX y tienden a tener edificios culturales (museos y salas de arte) y parques.
- Anclados a una institución artística mayor, Tienen su base en una sala de concierto, teatro, biblioteca o museo.
- Con foco en el arte y el entretenimiento, se basan en atracciones más populares para generaciones más jóvenes tienen galerías, pequeños teatros, clubes nocturnos y cines.
- Con base en un Centro Histórico, Son multitemáticos pues tiene atracciones de todos los conjuntos anteriores y obras arquitectónicas mayores.
- Con liderazgo de producción cultural, se focalizan menos en presentar las artes y más en producirlas o en la educación a la cultura, incluyendo centros de formación, producción de medios audiovisuales, talleres artesanales, etc.

Generalmente, en la experiencia en Estados Unidos, incluyen espacios para artes teatrales y musicales, museos, galerías, estudios de artistas, tiendas de venta de arte y artesanía, estudios de producción de música o medios de comunicación, salas de danza y baile, escuelas y universidades especializadas en arte, bibliotecas, jardines.

Pueden mencionarse en ese país entre otros:

CIUDAD	DISTRITO	TIPO
Cleveland	Playhouse Square	Artes mayores
Dallas	Dallas Arts District	Artes mayores
Detroit	Heidelberg Project	Producción Cultural
Nueva York	42nd Street Development	Artes mayores
Forth Worth	Cultural District	Conjunto Cultural
Hartford	Downtown Arts and Entertainment Districts	Centro Histórico
Houston	Theater District	Artes mayores-Focalizado
Houston	Museum District	Museos
Tucson	Tucson Arts District	Centro Histórico
San Francisco	Yerba Buena Gardens	Artes mayores

Para (Frost-Kumpf,1998) la situación estructural de la zona, el liderazgo comunitario y las fuerzas sociales son factores a tomarse en consideración para diseñar un distrito. Entre los primeros señala la necesidad sentida de una revitalización, la existencia de intereses urbanos cercanos a la zona que permitan promover, la existencia de infraestructura y servicios culturales, la atracción de lugares de atracción turística, la posibilidad de uso del suelo tanto en aspectos legales como espaciales y económicos.

En cuanto a liderazgo señala la necesidad de organizaciones de artistas y culturales, el interés y participación de autoridades gubernamentales, agencias de desarrollo u otras instituciones autónomas públicas, grupos empresariales, grupos a favor de la preservación o tutela del patrimonio, propietarios de terrenos o edificios.

Fuerzas sociales en la ciudad, que no exista una competencia extrema de otras zonas de la ciudad, pero si cierta competencia, que exista una situación coyuntural que propicie la movilización económica y social, que exista una respuesta a las necesidades sociales de los habitantes, que no se promueva un desplazamiento de los habitantes hacia

otros grupos totalmente externos que resulten beneficiados, que responda a las necesidades étnicas de los grupos existentes. Las capacidades de financiar estos proyectos por parte de autoridades sin resistencia de otros grupos.

No todo es “color de rosa” y existen por supuesto importantes riesgos especialmente cuando no hay claridad en los objetivos del desarrollo y puede haber procesos de aburguesamiento de barrios deprimidos que dañen a los habitantes actuales y los desplacen.

La especialización territorial se considera necesaria por dos razones. Por una parte facilita los procesos de integración intersectorial en cuanto para crear una “masa crítica” en la oferta de servicios, se crean economías externas que pueden favorecer la atracción de actividades subsidiarias y de nuevas actividades culturales y favorecer los procesos económicos ya en acto. Por otra favorece la refuncionalización de áreas urbanas en crisis a través de la cadena cultural en sentido amplio. Esta fue la estrategia de Glasgow Action en 1987 que fortaleció la imagen de la ciudad a través de un mejoramiento ambiental del centro urbano y el incremento de la oferta cultural (Valentino, 2001).

Se espera que esta masa crítica fomente ligas y colaboración entre expresiones culturales diversas (CURDS, 2004).

Se pueden señalar para cada sistema cultural algunos indicadores de potencialidad para el desarrollo:

- a) la cercanía y accesibilidad en relación con las fuentes de población visitante y a la red de comunicaciones;
- b) la dimensión de las actividades económicas relacionadas con la cultura;
- c) la cooperación o solidaridad entre los actores necesarios para la creación o fortalecimiento del distrito;
- d) la competitividad en relación con servicios de alto valor (Carta, 2002).

## **Estudio de caso: Planes estratégicos de Distritos (OCDE, 2005)**

### **Bosquejando e implementando una estrategia de turismo**

¿Cómo puede este plan estratégico, integrado y de largo plazo puede ser bosquejado e implementado?

Las estrategias de turismo sustentable implican un proceso de desarrollo e implementación en seis pasos:

1. Colección y análisis de estadísticas y evidencia estratégica concerniente al turismo, el panorama socioeconómico más amplio, el estado del medio ambiente y la herencia cultural.
2. Consultas comunales detalladas con la industria del turismo existente e industrias relacionadas como la agricultura, la silvicultura y el transporte. Los defensores de la conservación de la naturaleza y la promoción de intereses culturales deberían estar involucrados. Funcionarios públicos de todo tipo deberían ser invitados a añadir sus puntos de vista y sus experiencias. En parte, estos procedimientos ayudan a estructurar un acercamiento holístico, y a desarrollar el turismo como una herramienta general para la conservación y el desarrollo. En parte, el debate público, engendrado por el desarrollo estratégico, actúa como un estímulo educativo para alentar una mejor comprensión del papel potencial del turismo. El proceso de elaboración de estrategias busca potenciales empresarios – movidos y agitadores – quienes ayudarán a inyectar nueva vida en la economía. Y lo que es más importante, en esta fase y en la fase 4 descrita abajo, es el papel de la consulta para:
  - Desarrollar un sentido de pertenencia de la estrategia en la parte de personas y empresas en un área; y
  - Actuar como una piedra de toque para el proceso de desarrollo en sí mismo, alentando nuevas ideas y empresas.
3. Desarrollo de un bosquejo de estrategia que incluya el debate de valores y metas de desarrollo y conservación más amplias y una evaluación de las mejores políticas para el área (cubriendo acomodación, desarrollo de productos, mercados y mercadotecnia, organización, servicios de respaldo y entrenamiento/ consejo). Este bosquejo de estrategia usualmente se traza sobre técnicas exitosas usadas en cualquier otra parte del mundo. En la determinación de objetivos de conservación, ésta considera conceptos tales como límites del cambio aceptable, capacidad de producción y división en zonas. También utiliza la división en zonas para delimitar áreas en donde los esfuerzos de desarrollo tendrán la mejor posibilidad de éxito en una economía de mercado. También hay un plan de implementación detallado. En donde sea posible, se presentan formas alternativas para proceder.
4. Una segunda ronda de consultas entre los participantes (OCDE, 2002) consultados en la fase dos, descrita arriba. Esta segunda fase permite:
  - La diseminación de ideas y propuestas en la estrategia para –de nuevo– promover el sentido de posesión por parte de los interesados<sup>2</sup>, para ayudar a la implementación eventual de la estrategia, y para actuar una vez más como un foro educativo y una herramienta de desarrollo; y
  - La sintonización de la estrategia para reflejar los puntos de vista y deseos locales.
5. Implementación de la estrategia, generalmente de 3 a 5 años. Si la modalidad del proyecto es usada para realizar toda o cualquier parte de la estrategia, deberían crearse estrategias de salida efectivas para esos proyectos.
6. Evaluación y revisión en una base anual, asegurando la actual relevancia de la estrategia en las condiciones locales y de mercado, e incorporación de castigos si no es realizada.



### Estudio de caso: Una tipología de distritos culturales

**Distritos culturales en zonas renovadas.** En estas zonas se concentran los estudios/talleres-vivienda de los artistas, galerías de arte, museos y equipamientos culturales. El distrito del SoHo en Nueva York, con extensiones en el Greenwich Village, es un claro ejemplo que caracterizó los lofts como residencia de artistas, y dinamizó esta zona de Manhattan con el surgimiento de otras atracciones ligadas al ocio, como restaurantes, bares y comercios especializados que tematizaban la zona confiriendo una atmósfera especial. Los “design district”, como es el caso del de Miami, suponen una nueva orientación a este tipo de polos, incorporando el diseño y la creatividad al mercado del arte. La vinculación de estas estrategias urbanísticas y de marketing urbano con grandes eventos se evidencia en este último caso con la instauración del Miami Art Basel, que se ha convertido con pocas ediciones en uno de los principales certámenes internacionales del sector. Encontramos otros ejemplos en el Cultural Industries Quarter de Sheffield, el Temple Bar de Dublin, el barrio de Barranco en Lima, San Telmo en Buenos Aires o el Raval y el Poble Nou en Barcelona.

**Distritos patrimoniales o museísticos,** como los centros históricos con marcas distintivas de calidad como las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, la isla de los Museos de Berlín, el Paseo del Arte en Madrid o la zona Guggenheim Bilbao.

**Distritos o clusters culturales industriales** como Hollywood en Los Ángeles, Babelsberg en Berlín, incluso algunos con marcas de calidad o denominación de origen como Murano en Venecia o Manises en Valencia, vinculados con las industrias culturales. Algunos autores sugieren que se podría incluir también en esta tipología determinadas zonas de elaboración de productos de patrimonio gastronómico (Tresserras)

### Estudio de caso: Fomento de polos de entretenimiento en Roma

#### Financiamiento a empresas del sector

El Ayuntamiento de Roma concede financiamientos, a fondo perdido, en forma de contribuciones al capital, que tienen como objetivo el apoyo a proyectos empresariales operantes en el sector del entretenimiento y localizados en áreas de depresión urbana, por un monto total de: 1.500.000,00 euros.

Esta acción se propone apoyar:

- la creación de nuevas empresas ;
- los proyectos de inversión presentados por empresas existentes .

### CIRCUNSCRIPCIÓN DE LAS INTERVENCIONES

Las áreas pasibles de financiamiento son, coherentemente con el programa de acciones, externas a un perímetro definido.

### BENEFICIARIOS

Los **destinatarios** de los beneficios son:

- las pequeñas empresas, de personas o capitales;
- las cooperativas de producción y trabajo;
- las cooperativas sociales.

## **SECTORES DE ACTIVIDADES**

El presente bando busca promover las empresas que operan en el sector del entretenimiento. Particularmente, se pretende premiar los proyectos empresariales que buscan la creación de “polos recreativos y culturales” en grado de valorizar el tejido social, económico y cultural de las áreas periféricas.

Por esto, se tienen en cuenta las siguientes actividades consideradas principales:

92.13.0 Gestión de salas de proyección cinematográfica

92.32.0 Gestión de teatros, salas de concierto y otras salas de espectáculo y actividades conexas

92.33.0 *Actividades en parques de diversión*

92.34.1 *Salones de baile y afines*

92.34.3 Otras actividades de entretenimiento y espectáculo

Por otra parte, las siguientes actividades serán tenidas en cuenta sí, y sólo sí, se realizan en la misma empresa a modo de actividad complementaria y accesoria a las mencionadas anteriormente:

92.61.1 *Gestión de estadios*

92.61.2 *Gestión de piscinas*

92.61.3 *Gestión de canchas de tenis*

92.61.4 *Gestión de instalaciones multifuncionales*

92.61.5 *Gestión de gimnasios deportivos*

92.61.6 *Gestión de otras instalaciones deportivas*

55.30. A *Restaurantes, fondas, pizzerías, hosterías y cervecerías con cocina*

55.30. B *Servicios de alimentación con auto-servicio*

55.30. C *Restaurantes con servicio anexo de entretenimiento 55.30.4 Heladerías y pastelerías*

55.40. A *Bares y cafés*

55.40. B *Licorerías y vinaterías*

55.40. C *Bares y cafés con entretenimiento y espectáculo*

### **Estudio de caso: Proyecto Desarrollo Sur. La promoción de Distritos Culturales en el sur de Italia**

Un proyecto de las Fundaciones de origen bancario para la realización de distritos culturales

La iniciativa se incorpora en el ámbito del Proyecto Desarrollo Sur, promovido por la Asociación de Cajas de Ahorro Italianas, con el objetivo de favorecer el reequilibrio, a nivel nacional, del destino de los recursos erogados por las Fundaciones de origen bancario.

Para el arranque del Proyecto, se individuó como área temática prioritaria de intervención el área de promoción de distritos culturales,

organizados también según la valorización económica del patrimonio artístico, cultural y ambiental en las regiones de Campania, Calabria, Basilicata, Molise, Apulia, Sicilia y Cerdeña.

Hasta el día de hoy, el proyecto ha sido sostenido por 43 Fundaciones, con un monto aproximado de recursos totales, de 26 millones de euros.

La agrupación de Fundaciones que participan en el proyecto por esta región, está constituida por: Fundación Caja de Ahorro de Verona, Vicenza, Belluno y Ancona; Fundación CARIPLO; Fundación Caja de Ahorro de Turín; Fundación Caja de Ahorro de Módena; Fundación Banco del Monte de Lombardía, Fundación Caja de Ahorro de Apulia.

**Objetivos:**

El objetivo es favorecer la creación y desarrollo de distritos culturales organizados también según la valorización económica del patrimonio artístico, cultural y ambiental.

Por distrito cultural entendemos un sistema de oferta territorialmente circunscrito, coincidente con un área de alta densidad en recursos culturales y ambientales de gran valor, y caracterizado por un elevado nivel de articulación, calidad e integración de los servicios, culturales y turísticos, dirigidos a los usuarios, y por un importante desarrollo de los anexos productivos vinculados.

La idea de favorecer el desarrollo de distritos culturales en las áreas meridionales surgió, en primer lugar, al considerar el hecho de que el patrimonio cultural del Mediodía es todavía hoy un recurso poco valorizado, no obstante su notable consistencia y su importante atractivo desde el punto de vista turístico; pero la idea surge también de la evolución de los cambios que se dieron en estos años en los modelos de consumo turístico, tratando de ofrecer una respuesta válida a las nuevas tendencias de la demanda nacional e internacional, que se pueden sintetizar en:

Un abandono progresivo de los destinos tradicionales, de las ofertas estandarizadas, de los consumos de masa, de los períodos de vacaciones definidos y circunscritos;

Una consecuente orientación a la elección cuidadosa, no sólo de nuevos destinos, sino también de productos más ricos en significados y contenidos, en autenticidad e identidad;

la búsqueda de lo que se ha definido como “Total Leisure Experience”, es decir, el deseo de convertir el propio viaje en una ocasión para satisfacer una pluralidad de necesidades y deseos, y, por lo tanto, la preferencia por metas que presentan un nivel elevado y una vasta gama de servicios agregados al atractivo de fondo.

Ante esta nueva orientación de la demanda, en un marco de fuerte competencia internacional, el patrimonio cultural de las áreas

meridionales se puede convertir en un estímulo para el desarrollo económico local siempre y cuando se abandone una óptica de atomización de la oferta y se agreguen e integren recursos y servicios al interior de áreas caracterizadas por una identidad territorial fuerte y reconocible.

Por esto, para que nazca un distrito es necesario hacer desenvolverse a los atractivos turístico-culturales de un territorio, en un sistema de oferta integrado, que pueda atraer y retener la demanda. Este proceso tiene como objetivo el crear una interacción sinérgica entre los recursos turísticos primarios (culturales, ambientales y de recreación), las infraestructuras que garantizan el disfrute y el sistema de las organizaciones que prestan los servicios culturales y de interés turístico.

**Líneas de acción:**

Para alcanzar los objetivos descritos, las líneas de acción que se deben privilegiar son aquellas que:

- son expresión de una proyectividad construida “desde abajo” y fundada en procesos de adhesión a nivel local;
- se integran con la programación regional, tratando de incrementar la eficacia a través del desarrollo de dinámicas sinérgicas y con la búsqueda de efectos multiplicadores de los recursos empleados;
- son capaces de producir significativos riegos económicos en el territorio, concretamente evaluables y obtenibles;
- evidencian la capacidad de “hacer red”, es decir, de favorecer o provocar procesos de integración inter-sectorial que mejoren el atractivo o la accesibilidad o la posibilidad de disfrute de un área-distrito.

## La Infraestructura cultural en las ciudades mexicanas, una base para evaluar el potencial de distritos

¿Cómo podemos detectar cuales serían distritos existentes, o potenciales? Considero que los datos de infraestructura cultural pueden en su conjunto brindarnos una información primaria básica que puede orientarnos a cuales pueden ser zonas de potenciales distritos culturales, ya que la infraestructura aunada a los otros criterios anteriormente vistos, como pueden ser la solidaridad o potencial de cooperación, la ubicación y otros más pueden facilitar la creación de un distrito.

En los cuadros siguientes presentamos información sobre la Infraestructura Cultural Total para las ciudades mexicanas (el indicador se elaboró agrupando todas las infraestructuras cuantificadas existentes — como museos, bibliotecas, ludotecas, etc.— para mostrar los diversos niveles de importancia en el país, asimismo podrá verse la concentración de infraestructura cultural.

De los datos señalados se desprende que obviamente las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla son las que mayor concentración tienen, pero también sorprendentemente deben clasificarse en los dos siguientes lugares Toluca y Aguascalientes. En los cuadros hemos distinguido dentro de cada zona urbana integrada por varios municipios, aquellos que cuentan con mayor infraestructura, tal es el caso de las Delegaciones Cuauhtémoc y Coyoacán en México, o del municipio del Centro en Tabasco.

ESTADO O ZONA CONURBADA	CIUDAD O MUNICIPIO	INFRAESTRUCTURA CULTURAL TOTAL
Zona conurbada	VALLE DE MEXICO	2,768
Zona conurbada	MONTERREY	706
DISTRITO FEDERAL	CUAUHTEMOC	484
Zona conurbada	GUADALAJARA	393
Zona conurbada	PUEBLA	312
DISTRITO FEDERAL	COYOACAN	243
Zona conurbada	TOLUCA	220
Zona conurbada	AGUASCALIENTES	198

ESTADO O ZONA CONURBADA	CIUDAD O MUNICIPIO	INFRAESTRUCTURA CULTURAL TOTAL
DISTRITO FEDERAL	MIGUEL HIDALGO	191
GUANAJUATO	LEON	184
Zona conurbada	MERIDA	182
DISTRITO FEDERAL	IZTAPALAPA	181
Zona conurbada	TIJUANA	181
Zona conurbada	TORREON GOMEZ PALACIO LERDO	172
BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	171
DISTRITO FEDERAL	BENITO JUAREZ	169
Zona conurbada	SAN LUIS POTOSI	167
Zona conurbada	CUERNAVACA	166
SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSI	154
YUCATÁN	MERIDA	153
EDO. DE MÉXICO	TOLUCA	144
Zona conurbada	CHIHUAHUA	141
CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	139
TABASCO	CENTRO	139
CHIHUAHUA	JUAREZ	135
Zona conurbada	QUERETARO	134
DISTRITO FEDERAL	G. A. MADERO	131
COAHUILA	TORREON	129
SONORA	HERMOSILLO	125
Zona conurbada	TEPIC XALISCO	123
DISTRITO FEDERAL	A. OBREGON	120

ESTADO O ZONA CONURBADA	CIUDAD O MUNICIPIO	INFRAESTRUCTURA CULTURAL TOTAL
BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	114
CHIAPAS	TUXTLA GTZ	113
DURANGO	DURANGO	113
QUERÉTARO	QUERETARO	113
NAYARIT	TEPIC	112
Zona conurbada	SALTILLO RAMOS ARIZPE	107
Zona conurbada	OAXACA DE JUAREZ	107
MORELOS	CUERNAVACA	104
Zona conurbada	VERACRUZ	104
Zona conurbada	ZACATECAS	101
DISTRITO FEDERAL	TLALPAN	100
Zona conurbada	COLIMA VILLA DE ALVAREZ	99
Zona conurbada	TAMPICO MADERO ALTAMIRA	98
Zona conurbada	TLAXCALA	97
ESTADO DE MÉXICO	NAUCALPAN DE JUAREZ	94
Zona conurbada	XALAPA	94
COAHUILA	SALTILLO	92
Zona conurbada	CUAUTLA	91
VERACRUZ	VERACRUZ	89

ESTADO O ZONA CONURBADA	CIUDAD O MUNICIPIO	INFRAESTRUCTURA CULTURAL TOTAL
OAXACA	OAXACA DE JUAREZ	83
SINALOA	CULIACAN	82
NUEVO LEÓN	GUADALUPE	81
ESTADO DE MÉXICO	ECATEPEC DE MORELOS	80
COLIMA	COLIMA	79
TAMAULIPAS	VICTORIA	77
Zona conurbada	REYNOSA	77
ESTADO DE MÉXICO	TLALNEPANTLA DE BAZ	76
VERACRUZ	XALAPA	76
Zona conurbada	PACHUCA DE SOTO	76
Zona conurbada	MORELIA	75
ZACATECAS	ZACATECAS	74
BAJA CALIFORNIA	ENSENADA	73
GUERRERO	ACAPULCO DE JUAREZ	73
MICHOACÁN	MORELIA	73

ESTADO O ZONA CONURBADA	CIUDAD O MUNICIPIO	INFRAESTRUCTURA CULTURAL TOTAL
QUINTANA ROO	OTHON P. BLANCO	73
TAMAULIPAS	TAMPICO	73
HIDALGO	PACHUCA DE SOTO	72
ESTADO DE MÉXICO	NEZAHUALCOYOTL	68
SINALOA	MAZATLAN	67
CAMPECHE	CAMPECHE	66
DISTRITO FEDERAL	VENUSTIANO CARRANZA	64
TABASCO	CARDENAS	64
Zona conurbada	MONCLOVA FRONTERA	63
TABASCO	COMALCALCO	62
TAMAULIPAS	REYNOSA	61
Zona conurbada	ORIZABA	58
QUINTANA ROO	BENITO JUAREZ	57
NUEVO LEÓN	SAN NICOLAS DE LOS GARZA	55
Zona conurbada	POZA RICA DE HIDALGO	54

## Propuesta: Distritos Culturales en el Sur Sureste

Un objetivo básico de la Región Sur Sureste es *Promover las culturas y los valores regionales y locales.*

Tenemos en la región una gran riqueza en la multitud de pueblos indios, en el hecho de que en años recientes se han señalado, por parte de ellos su dignidad y por parte de la sociedad en su conjunto el reconocimiento de su realidad, también la tenemos en las numerosas tradiciones culturales mestizas y en las ciudades de tradición. Estas componentes por lo tanto nos brindan en el Sur-Sureste una ventaja importante para un desarrollo a partir de nuestra historia, a partir de una interacción entre las varias comunidades culturales y los activos de cada región y subregión. En el Sur-Sureste de México existe una gran riqueza cultural que sólo en mínima parte ha sido valorizada. Es necesario continuar con esta línea de trabajo, pero adicionalmente brindar elementos para que las comunidades, grupos, asociaciones, empresas e individuos puedan proteger, incrementar, actualizar y valorar su patrimonio.

Con el fin de lograr que las medidas tengan mayor eficacia, se cree 'masa crítica', integren medidas plurisectoriales y multidisciplinarias, se fomente y aproveche la identidad y se dirijan a ámbitos específicos en los que se vean resultados, se considera conveniente que se integren "**distritos culturales**". Los distritos podrán explorarse en varias subregiones del Sur-Sureste, entre ellas consideramos que las áreas de mayor concentración de artesanías, las zonas que cuentan con *Centros Culturales* de CONACULTA, los centros históricos, representan el potencial mayor para iniciar centros piloto.

Se deberá realizar una serie de estudios sobre el potencial de los centros mencionados con el fin de identificar el potencial, así como los actores (estudiosos, comunidades, artistas, artesanos, grupos, etc.) que pueden ser animados a fomentar la red de interrelaciones que son necesarias para crear un verdadero *distrito*. Asimismo será necesario que las diversas autoridades, dependencias e instituciones vayan siendo animadas a una visión integral de la subregión.

Como un primer paso en esta dirección hemos realizado una cuantificación y organización de la información que nos puede dar una idea del potencial de distritos culturales en el Sur Sureste. Estos indicadores señalan la existencia de Centros Históricos, museos, otras instituciones, la población en ramas productivas culturales, así como las instituciones de educación superior. Todo ello nos ha llevado a señalar las ciudades con mayor potencial. (Véase cuadro en Anexo 2)

Podemos señalar, a partir de esta información un importante potencial en 37 ciudades entre las que hemos clasificado en nivel 1 (el de mayor potencial inicial) a Campeche, Mérida, Oaxaca, Puebla, Tuxtla Gutiérrez, Veracruz y Xalapa.

**NOTA:** La información completa del estudio **Propuesta: Distritos Culturales en el Sur Sureste** puede verse en el **Anexo 2**. Asimismo puede verse en el **Anexo 3 La Guía para la Selección de posibles Distritos Culturales** y en el **Anexo 4, la Guía para el establecimiento de Distritos Culturales.**

## **Propuesta: Proyectos de Apoyo a la Organización y planeación integral comunitaria en subregiones culturales (PICS)**

Los PICS representan un *paradigma* de desarrollo regional económico y social acelerado, porque las regiones tienen que desarrollar *también* su competencia en planificación estratégica y su capacidad de desarrollo.

Son instrumentos de concertación social entre los actores sociales de una unidad territorial predefinida en función de diversos propósitos productivos, sociales y ambientales. A través de ellos, los gobiernos locales, asociaciones, organismos de la sociedad civil, empresas, sindicatos, instituciones, etc. desarrollan una serie de relaciones que llevan a proyectos innovadores conjuntos. Para ello los estados y la federación tendrían que establecer incentivos y medidas, que favorezcan formas de autodeterminación del desarrollo capaces de crear sistemas relacionados por intereses comunes (en contraste a los que se originan de una programación sectorial y centralizada). Para integrar los acuerdos o pactos subregionales a planes territoriales más amplios, conviene explorar la creación de agencias o corporaciones de desarrollo subregionales.

El desarrollo integral territorial requiere reconocer su multidimensionalidad y promover el crecimiento de la riqueza en todas sus vertientes. Por ello se habla de favorecer el incremento del capital ambiental, social, humano y empresarial. No puede mantenerse una estrategia solamente en una de las anteriores líneas.

Para dar forma a nivel regional de forma que se utilicen al máximo sus beneficios y se minimicen sus riesgos, es necesario llevar a cabo un *proceso de planificación explícito* (participativo) que, a su vez, deberá basarse en un amplio *debate público*.

El resultado perseguido es un proceso que facilite y fomente el *consenso* y la armonía social, y no la división y el conflicto.

### **Impacto esperado del proyecto**

En cada subregión se espera lograr:

- Procesos de fortalecimiento de la cohesión social mediante las decisiones y acciones en común de diversos actores,



- Enfoques comunes de las dependencias federales, estatales y municipales que respondan a prioridades subregionales
- Evitar duplicaciones de acciones o políticas contrapuestas por parte de actores externos
- Selección de prioridades subregionales comunes frente a elecciones externas, caciquiles o parciales
- Identificación de vocaciones productivas y resolución de problemas económicos con el apoyo de todos los actores involucrados.

### **Enfoque**

Los PICS buscan generar un desarrollo integral y equitativo autosostenido en zonas indígenas, con problemas económicos, sociales y/o ambientales comunes, a través de la articulación de los esfuerzos sectoriales federales, de los estados y municipios, concertados con los actores sociales interesados, con una visión compartida de largo plazo y la consolidación de capacidades locales.

Se instrumentan a través de programas de desarrollo integral definidos de común acuerdo, con compromisos precisos de las partes, expresados en "acuerdos" territoriales.

### **Componentes**

Un PICS comprende entre otros, los siguientes elementos:

- una percepción común de los problemas y del camino que se debe recorrer para superarlos
- una base de organización local
- un programa interinstitucional de acción, y
- un conjunto reducido de proyectos estratégicos locales.

## **D. Microproyectos / empresas de cohesión social / Entretenimiento**

Una de las estrategias de la política social más importante para todos los gobiernos consiste en el fomento de la participación social abriendo espacios de interlocución y de colaboración con las organizaciones civiles y la sociedad en general, que permitan la integración de esfuerzos.

En esta perspectiva se reconoce la importancia de los servicios que la sociedad se presta entre sí en colonias, barrios, cuadras, tanto por la utilidad del servicio mismo como por la función que cumple de vinculación entre las personas.

De manera natural y espontánea en el interior de los grupos humanos se desarrollan también servicios sociales que la misma comunidad realiza como satisfactores a sus requerimientos específicos. Estos servicios generados en la misma comunidades son clasificados por algunos especialistas como informales y difíciles de integrar a un plan de gobierno; pero por otro lado son factores muy importantes que integran y desarrollan el tejido social, porque ellos son responsables en gran medida de entreverar e integrar muchos de los lazos de la comunidad, y de dar respuestas específicas a las necesidades que la comunidad va requiriendo en una dinámica social muy adaptada a cada circunstancia.

De ahí el interés de los gobiernos de encontrar mecanismos para favorecer este tipo de actividades, entre ellos la posibilidad de apoyar a personas y grupos de servicios comunitarios mediante capacitación y vinculaciones que les permitan mejorar su actividad.

El fortalecimiento de este tipo de actividades por parte de personas o grupos de personas, puede contribuir además a establecer un puente de transición hacia el crecimiento participativo de la sociedad en la conformación de los servicios públicos.

Entre los servicios que las organizaciones sociales pueden aportar se encuentran especialmente los de índole educativa y cultural.

Presentamos a continuación dos estudios de caso en esta línea de pensamiento: Los salones de baile en México y las Bibliotecas como lugares terceros.

**Estudio de caso: Los salones de baile (Sevilla, 1998)**

A principios del presente siglo empezaron a surgir en México más salones de baile que no formaban parte de una serie de recreaciones que se ofrecían dentro de un mismo conjunto arquitectónico. En una primera etapa, la mayoría de éstos ocuparon un piso en los edificios del centro, y una década después, en los años veinte, se construyeron inmuebles especialmente diseñados para la práctica de los bailes de pareja.

Claro está que existía un fuerte contraste entre los salones a los que sólo podían tener acceso los sectores más adinerados, por ejemplo, el High Life Dancing Tea que se encontraba en San Ángel y aquellos a los cuales acudían los sectores populares, como el Azteca y el Tivolito.

Se puede afirmar que el surgimiento de los salones de baile responde a la secularización e internacionalización de la cultura, generados por un determinado tipo de urbanización.

Estos lugares representan la construcción de un espacio social, diseñado en especial para la realización de la expresión dancística sin las mediaciones observadas en el medio rural. (...)

El ambiente social gestado en las ciudades se tornó en un marco propicio para hacer una empresa comercial de la práctica del baile de pareja, ya sea como una oferta espectacular (las representaciones de diversos bailes de moda presentados en teatros y carpas), o bien como una recreación que exige el consumo de alguna bebida estimulante (los bailes realizados en pulquerías, cantinas, cabarets y bares). A diferencia de estas ofertas culturales, los salones de baile se presentan, desde su origen, como un lugar al que la gente puede asistir, básicamente, por el gusto de bailar; son recintos que permiten la posibilidad del disfrute corporal, dentro de un ambiente colectivo.

En relación con la internacionalización de la cultura, tenemos que, como se indicaba en párrafos anteriores, el concepto arquitectónico del salón de baile es un producto de las cortes euro-

peas del renacimiento, trasladado a América durante el virreinato. Los primeros salones de baile que ofrecen un servicio público responden también a una concepción de oferta recreativa de origen europeo, y los inversionistas que instalaron dichos inmuebles también provenían de ese continente. Años después, a partir de que Estados Unidos de Norteamérica toma en sus manos las riendas de la economía mundial, empiezan a surgir varios locales que adoptan el nombre (Dancing Club) y las características que tenían los salones de baile en aquel país.

En cuanto a los aspectos musicales, tenemos que los recintos en cuestión fueron un lugar muy importante de recepción de la música creada en Europa y después en Estados Unidos y Cuba. (...) Durante los años que estos géneros musicales estuvieron de moda, existía una amplia cadena formada por teatros, carpas, cabarets, radio, cine y salones, a través de la cual se proyectaban las orquestas que interpretaban tales géneros; pero la irrupción del Rock'n roll en los años cincuenta desplazó a los ritmos anteriores, de tal forma que éstos sólo tuvieron como receptáculo los pocos salones de baile que quedaron en pie después de la política moralizante de Uruhurtu.

Desde entonces, los salones de baile empezaron a ceder su lugar a otros sitios que con mayor renombre, dado su estrecho vínculo con las modas extranjeras, comenzaron a convertirse en nuevos centros de atracción para los capitalinos que se ufanan de serlo.

Es muy importante señalar que el uso de los espacios públicos de la ciudad ha observado, desde siempre, una serie de restricciones. La primera y más evidente se ha establecido según la pertenencia de clase: unos son los espacios "públicos" accesibles sólo a las clases pudientes, y otros los lugares destinados a los que tienen medianos o muy pocos recursos económicos.

Los espacios públicos destinados a la práctica de los bailes populares, dentro de los cuales se encuentran los salones de baile, pueden ser considerados como un producto de la competencia empresarial, resultado de un determinado proceso de urbaniza-

ción. Sin embargo, las características que actualmente presentan los salones de baile no corresponden con las tendencias dictadas por el actual proceso de modernización urbana, llevado a cabo bajo el influjo de la globalización, debido a que éstos no resultan rentables en comparación con los otros espacios que ofrece la ciudad para el baile de pareja.(...)

Con base en todo lo anterior se podría llegar a la conclusión de que los salones de baile no sólo no son empresas rentables, sino que tampoco resultan lugares atractivos para los buscadores de emociones fuertes o para los adictos de las nuevas tecnologías; ni de aquellos que prefieren involucrarse en el pleno anonimato para

descargar las múltiples tensiones que le ocasiona una vida cada vez más individualista y competitiva.

Los que tuvimos la fortuna de apreciar íntimamente cómo es que en los salones de baile la tradición se toma motivo de existencia, envuelta por la magia de antiguos y nuevos encuentros; quienes cotidianamente buscamos y disfrutamos de las prácticas colectivas (que no masivas); quienes padecemos de esa "extraña" adición de dejar fluir por las venas esa maravillosa amalgama cultural creada a través del tiempo, ¿nos transformaremos ahora en testigos mudos o espectadores pasivos de la inminente extinción de los salones de baile?

### **Estudio de caso: Bibliotecas como "lugares terceros"**

En su libro, el gran buen lugar (The Great Good Place), Oldenburg (1989, p. 16) señala los lugares de reunión de la comunidad que llama "lugares terceros". Un "lugar tercero" no es la casa (el "lugar primero") y no es el trabajo/escuela (el "lugar segundo"). Es un lugar en donde cualquiera puede ir a socializar. Algunos de los lugares terceros más comunes que enlista Oldenburg en su libro son cafés, cafeterías, centros comunales, bares, salones de belleza, tiendas generales y otros lugares para pasar el rato. Estas instituciones prestan un balance público entre las vidas de casa y de trabajo de la gente.

Los lugares terceros y el poder de la vida informal han sido por mucho tiempo una parte importante de la cultura de los EEUU. Las posadas de la sociedad colonial fueron transformadas en los bares (saloons) y tiendas generales que surgieron con la expansión del país hacia el oeste. Luego vinieron las fuentes de sodas, las cafeterías y los restaurantes que, junto con la oficina postal de la localidad, fueron centralmente localizadas y proveyeron, junto con las iglesias, las anclas sociales de la vida comunal. La biblioteca de la localidad se volvió otra base importante de la comunidad y sirvió también como un lugar tercero. Los lugares terceros son cruciales para una comunidad por varias razones. Son lugares importantes para la reunión informal en donde la gente se siente como en casa. Los lugares terceros nutren las relaciones y una diversidad en el contacto humano ayudando a crear un "sentido de lugar" y una comunidad. Ellos invocan continuamente un sentido de orgullo cívico proveyendo oportunidades para serenidad, compañerismo y descanso después de un largo día en el trabajo o la escuela: Vuelven la vida más colorida. Los lugares terceros, en su mejor forma, enriquecen la vida pública y la democracia.

Las bibliotecas tienen una larga tradición de vínculo y de comunidad que las ha puesto en la vanguardia de los lugares terceros tradicionales. En tanto los sitios web de bibliotecas se crean y evolucionan, el sentido de lugar provisto por los lugares terceros físicos se volverán cada vez más importantes en línea. Mucho se puede aprender del concepto de terceros lugares y su importancia en la vida real y en el ciberespacio acerca de los vínculos y la comunidad en línea. Las tradiciones inherentes a las bibliotecas como lugares terceros físicos proveen predicciones, proyecciones e inspiraciones para un continuo buen servicio en la presencia en línea de las bibliotecas.

## **Propuesta: Empresas comunitarias culturales y educativas para la cohesión social**

Este proyecto pretende **crear un modelo que permita fortalecer el tejido social de las ciudades mediante el impulso a los servicios de apoyo social que la propia comunidad general.**

Sin duda, este tipo de actividades ha estado siempre presente en la sociedad. Sólo que los cambios mismos en ésta (mayor influencia y cobertura de medios de comunicación, educación, mermas en los ingresos, desempleo, inseguridad, despertar de la conciencia sobre problemáticas de género, edad, deterioro ambiental), parecen favorecer su mayor presencia y el reconocimiento de su importancia.

En muchas ocasiones estas actividades tienen las siguientes características:

- Son endógenas, sus características son conformadas por la propia comunidad para sí misma.
- Su nacimiento y crecimiento lo dicta la propia comunidad beneficiada.
- Hay las que tienen cierta tradición y las que son nuevas, derivadas de los desarrollos sociales actuales.
- Algunas se desarrollan sin mediar beneficios económicos y otras son el complemento del ingreso principal.
- Normalmente son personas del mismo núcleo comunitario quienes lo proporcionan y lo hacen por vocación propia.
- Abarcan los diferentes aspectos de la vida de la comunidad, es decir: la educación, la salud, la recreación, la asistencia etc.
- En ocasiones, estos servicios son el génesis de acciones más institucionalizadas.
- Muchos de estos servicios son ofrecidos en forma personal pero también se pueden conformar en grupos de apoyo.

La perspectiva de contribuir a mejorar el “saber hacer” de los prestadores de servicios culturales y recreativos se centra en la finalidad última del fortalecimiento del tejido, por lo que se regiría por la preservación de los valores de solidaridad, corresponsabilidad, convivencia y subsidiaridad, buscando proveer los apoyos que los mismos servidores puedan requerir para un desempeño más atinado de sus actividades; a grandes rasgos: organización, administración, información, vinculación con servidores afines e instituciones.

**NOTA:** Véase la propuesta en el Anexo 7.

## 2. Enfoque Industrial

### A) Industrias culturales y creativas

La definición de industria cultural basada en grandes audiencias deriva de Walter Benjamin y Teodoro Adorno que entendían ésta como cultura de masas. Benjamin escribió en 1936 la obra: “La obra de arte en la era de la reproducción mecánica”. Para él la reproducción destruye la autenticidad de la obra de arte. Para Adorno también era una cultura de masas, pero con una visión más positiva.

Hoy quizá el punto inicial que tenemos que señalar es que no hay una definición única de industria cultural. Quizá los puntos nodales son las definiciones de cadena de valor, de producto cultural o artístico y el examen del proceso de producción y del público receptor. Más adelante presentamos una discusión de los conceptos señalados.

Se reconoce que el papel de las industrias culturales está cambiando, ya que en el mundo la participación de los bienes inmateriales se incrementa en los mercados mundiales. Por otra parte estas industrias, sobre todo en su versión masiva americana, son vistas como amenazas en muchas partes del mundo. Se teme al colonialismo conceptual en el cual las grandes narrativas americanas están marginando a las grandes narrativas de muchos pueblos.

Las industrias culturales generan crecientes beneficios económicos y competitividad para sus productores en el mundo, Concentran mayor empleo de calidad y rentabilidad para los inversionistas, están concentradas en grandes empresas, pero al mismo tiempo tienen importante número de pequeñas empresas en todos los sectores y éstas parecen, en muchos casos ser la fuente de la creatividad. Se mercantilizan pero al mismo tiempo no sobreviven sin aquellos que trabajan “por amor al arte”.

La interrelación entre industrias culturales y las tecnologías de la información en la llamada convergencia se acentúa en numerosos sectores, en particular estos fenómenos se manifiestan:

1. La aplicación de las nuevas tecnologías a la distribución de las formas tradicionales de arte y cultura.
2. La emergencia de nuevas formas artísticas.
3. La creación de nuevas redes de interacción (Koivunen, 1998).

## A.1) Definiciones

Existen numerosas definiciones de industrias culturales, algunas más estrechas que otras. Los planteamientos que presenta el Comité sobre industrias culturales de Finlandia nos muestran la importancia de esas definiciones alternativas:

### **FINLANDIA: “DEFINIENDO LA INDUSTRIA CULTURAL” (Cultural Industry Committee)**

El concepto de industria cultural es problemático: industria se refiere a un campo específico de actividad, y no corresponde necesariamente a las connotaciones de la palabra finlandesa industria. El concepto es útil, sin embargo, porque combina dos campos, tradicionalmente muy distanciados: creatividad artística y producción económica. Esta combinación nos obliga a evaluar los puntos de convergencia y la sección aflora de estos dos ámbitos bajo una nueva luz; por tanto, el concepto de industria cultural puede funcionar como creador de nuevas preguntas y soluciones. Uno de los objetivos centrales del comité es asegurarse de la visibilidad de estos aspectos y alentar la discusión sobre las oportunidades existentes en Finlandia. Además, el concepto es adecuado para describir el aumento del intercambio inmaterial en el ambiente de la acción global. El intercambio simbólico es la típica área de crecimiento de la economía supranacional en la producción post-industrial.

El Comité de Industria Cultural ha definido el concepto de industria cultural en diversos niveles. **De acuerdo con la definición más general, industria cultural es la producción basada en contenidos significativos.** Esta definición general cubre la producción de mercancías tradicionales comerciadas por su significado cultural, p.ej. ropa o cualquier tipo de producto de marca. Como una forma de intercambio de símbolos y significados sociales, industria cultural no es un término nuevo; al contrario, es un concepto de acción antiguo en las comunidades humanas. En el largo viaje el foco se está desplazando más y más de la producción de bienes a la producción de símbolos.

De acuerdo con la definición general, industria cultural es un punto de vista sobre diversos campos de la industria, porque además de las diferentes áreas nucleares, como la industria del entretenimiento, incluye deportes, industria del vestido y casi cualquier forma de comercio en el mundo, por los significados asociados con la producción de mercancías determina demanda, suministro y consumo. Esta definición es interesante, pero conduce fácilmente a la conclusión de que “todo es industria cultural” y lo vuelve, por tanto, difícil para propuestas de acción en el presente concreto. Por otro lado, la definición general nos permite visualizar y comprender procesos sociales en curso. Nos permite determinar la nueva infraestructura de una sociedad de industria cultural, como también las necesidades educativas de los ciudadanos en este ambiente.

En otro nivel, la industria cultural podría definirse como la cobertura industrial de los campos tradicionales y modernos del arte y la cultura desde la creación artística hasta su distribución: del trabajo creativo de un artista, su desarrollo y comercialización posteriores hasta la pieza de trabajo, su presentación, distribución y recepción. De acuerdo con esta definición, industria cultural abarca literatura, artes plásticas, música, arquitectura, teatro, danza, fotografía, cine, diseño industrial, arte media y otros campos del trabajo creativo. También incluye los sistemas de producción y distribución de arte y cultura, tales como editoriales (libros, periódicos y revistas, música grabada y escrita), producción de programas, galerías, comercio de arte, bibliotecas, museos, radio y televisión. Esta definición provee una oportunidad a las propuestas de acción actuales para nuevas

*(Continúa en la página 80)*

pautas de las instituciones de arte y cultura tradicionales en una sociedad de industria cultural.

La tercera definición alternativa está basada en el criterio de reproducibilidad, que enfatiza el papel de la producción electrónica. En esta definición, las bases para determinar la industria cultural están principalmente relacionadas con el éxito comercial, las audiencias masivas y la reproducibilidad de las obras de arte. En este caso industria cultural comprende cine, televisión, radio, actividad editorial, industria de la música y producción del contenido cultural. (...) La producción del contenido cultural puede ser vinculada con la observación del campo de la actividad. La producción del contenido cultural significa producir material cultural, distribuirlo y presentarlo a través de diversos medios de tal manera que genere negocios. La "culturalidad" de este material está determinada de acuerdo con las visiones de cultura extendidas de la comunidad; esta es, por consiguiente, una definición variable.

La cuarta y más estrecha definición de industria cultural es la perspectiva de la empresa cultural. En este caso la producción de arte y cultura es vista como una empresa: los contenidos culturales son la mercancía, y el valor y distinción de los productos intercambiados están basados en significados, ya sean los productos y servicios materiales o inmateriales. En el trabajo del Comité de Industria Cultural esta perspectiva ha sido esencial, porque destaca el impacto de la industria cultural en la economía y el empleo.

El concepto de industria cultural es más la perspectiva de producir y distribuir creatividad que un punto de partida operacional, exactamente definible y estrictamente limitado. Puede que sea mejor hablar de producir creatividad o producción creativa que de industria cultural. Por otro lado, un concepto atando el sector de las artes y la cultura a la economía y la producción es útil en el sentido de que cuestiona modos tradicionales de pensar y puede, en el mejor de los casos, crear nuevos tipos de puentes entre estas áreas que ahora son vistas separadamente. La creatividad siempre implica nuevos tipos de combinaciones de las definiciones y clasificaciones existentes.

El concepto de industria cultural es fluctuante y, por tanto, controversial. El concepto debe ser redefinido en cada contexto. Por ejemplo, en la cercana planificación de estadísticas el pensamiento debe ser dirigido a la cuestión de encontrar la forma más razonable de entender la perspectiva de la industria cultural en la construcción de una nueva forma de clasificación estadística, y a qué fines sirve la definición.

El comité ha escogido la industria cultural como un concepto madre uniendo diversas preguntas que considera centrales.

**Fuente:** (Cultural Industry Committee, 1999)

## A.2) Un enfoque estadístico y cuantificador: México

Un estudio pionero en México es el de Ernesto Piedras Feria, sobre la cuantificación de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México (IPDA). (Piedras, 2004).

En este estudio presenta lo que llama "un ejercicio de análisis de economía aplicada a las IPDA, identificando los sectores de actividad económica a los que pertenecen". Busca en el estudio:

⇒ Identificación de la participación que tienen las IPDA al PIB de México.



- ⇒ Determinación de la participación que tienen las IPDA a la Población Económicamente Activa (PEA) de México.
- ⇒ Comercio exterior de bienes.
- ⇒ Estimación de la "economía sombra" dentro de las IPDA.

El estudio se restringe al sector moderno cubierto por el Derecho de Autor que se define como: ...aquél reconocimiento que otorga el Estado a favor de todo creador de obras literarias y artísticas en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial. Este cubre,

- Literaria
- Musical, con o sin letra
- Dramática
- Danza
- Pictórica o de dibujo
- Escultórica y de carácter plástico
- Caricatura e historieta
- Arquitectónica
- Cinematográfica y demás obras audiovisuales

- Programas de radio y televisión
- Programas de computo
- Fotográfica
- Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil
- Compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las enciclopedias

*Industrias base (protegidas por derechos de autor)*

#### **i.- Prensa y literatura:**

- Autores, escritores, traductores
- Periódicos
- Agencias de noticias y similares
- Revistas
- Publicación de libros
- Tarjetas y mapas
- Directorios y otros materiales publicados
- Impresión de libros, revistas, periódicos y publicidad
- Venta al por mayor y al por menor de prensa y literatura, y librerías

**ii.- Música, producciones de teatro, operas:**

- Compositores, arreglistas, corógrafos, directores, artistas y personal
- Impresión y publicación de la música
- Producción y manufactura de música grabada
- Venta al por mayor y al por menor de música grabada (venta y alquiler)
- Creación de obras artísticas y literarias
- Interpretación de obras artísticas y literarias
- Funcionamiento de agencias de reservación de boletos
- Servicios conexos

**iii.- Películas y video:**

- Escritores, directores, actores, autores y compositores
- Producción y distribución de películas y video
- Exhibición de películas
- Ventas y rentas de video
- Servicios conexos

**iv.- Radio y televisión:**

- Compañías de difusión nacional de radio y televisión . Otras compañías de difusión
- Productores independientes
- Televisión por cable (sistemas y canales)
- Televisión via satélite
- Servicios conexos

**v.- Fotografía:**

- Estudios y fotografía comercial
- Agencias de fotografía

**vi.- Artes gráficas y visuales:**

- Artistas
- Galerías de arte
- Enmarcado de cuadros
- Diseño gráfico

**vii.- Servicios de publicidad:**

- Agencias

### viii.- Sociedades de gestión colectiva

#### *Industrias interdependientes*

- Aparatos de TV, radio, VCR, lectores de CD, lectores de DVD, tocacintas, aparatos de videojuegos y otros equipos similares. Computadoras y equipo
- Instrumentos musicales
- Instrumentos de fotografía y cinematografía
- Fotocopiadoras
- Papel

#### *Industrias parcialmente relacionadas*

- Ropa, textiles y zapatos
- Joyería
- Otros tipos de arte
- Diseño de muebles
- Recaudación por música en centros nocturnos y discotecas
- Diseño de enseres domésticos, porcelana y cristalería
- Recaudación por música en bares y restaurantes
- Diseño de papel tapiz, tapetes y alfombras
- Diseño de juguetes, juegos y su música

- Recaudación por música en hoteles y centros de esparcimiento. Arquitectura, ingeniería y servicios de encuestas
- Diseño de interiores
- Museos

#### *Industrias no dedicadas*

- Venta al por mayor y al por menor
- Transporte en general
- Bibliotecas
- Telefonía
- Internet

El resultado cuantitativo de la actividad del autor se puede ver en el siguiente cuadro :

Valor agregado por grupo 1998			
<i>Grupo</i>	<i>% del Pía</i>	<i>% de las IPDA</i>	<i>Valor agregado bruto (millones de pesos)</i>
Base	3.27%	48.80%	\$125,739
Interdependientes	1.41%	21.10%	\$54,253
Parcialmente	0.57%	8.50%	\$21,785
No dedicadas	0.45%	6.70%	\$17,274
Economía sombra	1.00%	14.90%	\$38,463
<b>Total</b>	<b>6.70%</b>	<b>100.00%</b>	<b>\$257,514</b>

FUENTE: Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información de INEGI, Censos Económicos 1998.

Con base en el cálculo que resulta en 6.7% del PIE nacional total, se observa que el sector que participa en mayor proporción es el de la música, con 2.6%; cine con 1.4%; editorial con 1.3%; otras industrias audiovisuales con 0.8%, artes plásticas con 0.6%, y otras actividades de las IPDA con 1.05%. Es claro que la suma de estas contribuciones excede el 6.66% referido como total, en razón de que varios renglones de las estadísticas oficiales tienen un efecto simultáneamente en diversas disciplinas culturales y artísticas, como por ejemplo algunos subsectores musicales contribuyen también en las actividades del cine, el teatro, la ópera, etc.

De manera similar al estudio mexicano existen otras en países latinoamericanos sobre los complejos culturales / comunicacionales (Guzmán, 2000).

### **A.3). Un enfoque estratégico sobre las industrias culturales: Sudáfrica (Cultural Strategy Group, 1998)**

#### ***Sudáfrica Creativa***

Una estrategia para desarrollar el potencial de las Industrias Culturales

Las autoridades sudafricanas crearon un Grupo de Estrategia para las Industrias Culturales, que elaboró un importante documento estratégico del cual nos permitimos presentar las conclusiones más importantes:

Para el gobierno sudafricano las industrias culturales tienden a ser:

- Conocimiento intensivo, implicando trabajadores altamente cualificados
- Intenso trabajo, creando más del promedio de trabajos
- Diferenciadas, tomando la forma de pequeñas y medianas empresas (SMMEs), y grandes empresas,
- Vinculadas con estrechas, entrelazadas pero flexibles redes de sistemas de producción y servicios, permitiendo la flexibilidad del sector ante la recesión económica.

Cada reporte de sector concluye con intervenciones de recomendaciones de políticas estratégicas tanto para el sector público como para el privado. Estas recomendaciones se dirigen a:

- Maximizar las oportunidades de inversión en el sector;
- Resaltar las áreas para la participación y legislación del gobierno;
- Identificar potenciales iniciativas en el sector privado;
- Influenciar en fuentes de fondos múltiples y
- Beneficiar a los interesados y profesionales dentro de la industria y la economía como un todo.

“Sudáfrica creativa” presenta el argumento para tomar en serio las industrias culturales y desarrolla una estrategia para hacerlo. El principal vehículo para esto es la recomendada Agencia para el Desarrollo de las Industrias Culturales (CIDA, por sus siglas en inglés), una asociación público-privada específicamente preparada para desarrollar las indus-

trias culturales. Las funciones primarias de esta organización serían la gestión de conocimiento e información, el desarrollo de los recursos humanos, inversión estratégica, subvenciones, además de la defensa a favor del sector de las industrias culturales.

Sudáfrica tiene un fuerte sector cultural, rico potencial y talento emergente para alimentar y sostener su futura expansión. Más de 100,000 personas están empleadas alrededor de la música, el cine y la televisión y del oficio y su sector comercial relacionado viven más de 1,2 millones de personas de acuerdo con los últimos censos.

### ***Los objetivos de “Sudáfrica Creativa”***

El documento “Sudáfrica Creativa” tiene cuatro objetivos clave:

- Concientizar tanto al interior del gobierno como de las industrias culturales de su potencial de crecimiento;
- Establecer objetivos y metas ambiciosas pero realistas para el desarrollo de las industrias culturales;
- Fomentar una autoconciencia al interior de las industrias culturales de la importancia de sus industrias;
- Planear cómo puede ser implementado “Sudáfrica Creativa”.

### ***En cuales industrias se focalizó:***

El término cultura tiene muchas definiciones, desde la idea de cultura ‘como una forma de vida’ hasta la descripción de formas de arte como la música o el teatro. Las industrias culturales incluyen:

- La música (clásica, popular, folklore);
- Las artes visuales (pintura, escultura, artes públicas y artes decorativas);
- El sector editorial basado en la escritura y la literatura (libros, revistas, periódicos);
- El sector audiovisual y de medios de comunicación (cine, televisión, fotografía, video, radiodifusión);
- Las artes interpretativas (teatro, danza, ópera, música en vivo);
- El emergente sector multimedia (combinando sonido, texto e imagen);
- Oficios (arte tradicional, artículos de diseñador, artesanías, artículos funcionales y souvenirs);
- Turismo cultural; y

- El sector del patrimonio cultural (museos, sitios patrimoniales y eventos culturales como festivales y conmemoraciones).

Las industrias culturales también incluyen esos sectores en donde la inversión creativa es una secundaria pero crucial forma de aumentar el valor de otros productos cuya comerciabilidad y efectividad serían de otra manera disminuidas. Estos sectores incluyen:

- diseño;
- diseño industrial y moda; y
- artes gráficas (incluyendo la publicidad).

#### **Recomendaciones para desarrollar las Industrias Culturales:**

- Diseñar e implementar un Programa de Desarrollo de la Industria Cultural (CIDP, por sus siglas en inglés)
- Establecer un sistema regulatorio del CIDP
- Establecer un Fondo para el Desarrollo de las Industrias Culturales
- *“Market branding”* y establecer un programa de exportación
- Identificar y registrar estándares de calidad para las industrias culturales
- Coordinar la legislación de la propiedad intelectual para proteger los productos culturales de Sudáfrica
- Desarrollar los recursos humanos de las industrias culturales
- Adoptar y coordinar medidas de abastecimiento por parte del gobierno
- Diseñar e implementar una campaña de concientización enfocada en el incremento de la audiencia
- Fomentar el diseño sudafricano
- Recolectar y monitorear estadísticas
- Coordinar iniciativas en otros departamentos
- Diseñar y establecer una Agencia de Desarrollo de las Industrias Culturales (CIDA)

#### **A.4) Las Artesanías: una Industria cultural de pleno derecho**

Para algunas definiciones de países desarrollados como la planteada por el gobierno Británico (Department for Media, Culture and Sport, 1998) las industrias culturales son: *Those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have the opportunity for wealth and job creation through the generation of intellectual property*, así las artesanías estarían excluidas y especialmente sus autores comunitarios. Pero en un país de tradición artesanal importante en tantísimas comunidades, no es posible ni deseable esta exclusión, ni tampoco su modernización individualizante, sino el respeto y promoción en sus propios términos.

Las artesanías en muchos momentos y ambientes son juzgadas como algo “popular”, no como verdadera cultura o economía, pero consideramos que hay al menos muchas razones para darles un lugar igual de destacado entre las industrias culturales.

Es interesante observar que el arte creado por las elites, abrevaba en la artesanía popular mexicana, afirmando así un reconocimiento de los aportes reales del "pueblo mexicano"

Desde hace más de 100 años vivimos ensayos constantes por definir "lo mexicano". Este afán mexicanizador tiene mucho que ver con la cuestión de "lo popular".

Hasta hace bien poco lo popular era hasta tal punto considerado lo contrario de lo culto que de todo aquello que oliera a "cultura" lo popular aparecía automáticamente descartado. En los libros de historia podíamos informarnos acerca de las formas de vestir o comer o sobre la música que gustaban o de cómo organizaban sus viviendas los ricos; acerca de los pobres sólo nos contaban su estupidez o sus revueltas, su explotación, su resentimiento y sus levantamientos: todo ello sin cotidianidad claro está, y sin sensibilidad. (Barbero, 1991).

Arte popular es la danza, la música y la plástica, el teatro, la danza, literatura, música y objetos comúnmente denominados artesanías, así como los alimentos y a las bebidas regionales. Los productos culturales no son sólo populares por sus condiciones de producción sino que representan a la nacionalidad mexicana.

Porfirio Martínez Peñaloza en el libro *Arte popular y artesanías artísticas en México. Un acercamiento*, define artesanía como la actividad productora del artesano, quien será "... el hombre artística y económicamente activo que trabaja para subvenir con dignidad a sus necesidades materiales y espirituales personales y las de los suyos ..."; esta actividad preserva "... el patrimonio artístico de la nación" (Martínez Peñaloza).



Es importante destacar que "... el productor de arte popular queda ligado no sólo a su medio en general, sino también a la tradición y aunque dependiente de ésta, la tradición depende a su vez del artista, sin cuyas creaciones no tendría formas en qué expresarse. Del trabajo del productor depende que la tradición se torne actual y viva. Y de la misma manera en que el productor deriva su temática de la tradición, así también va influyendo sobre ella o, cuando menos, en la interpretación de esa temática tradicional. (Álvarez, 1960).

### **Estudio de caso: La situación de las artes escénicas**

#### **Artes Escénicas, espacio público y economía**

Por su carácter vivo íntimamente ligado al cuerpo, las artes escénicas suelen tener mayor vinculación con el territorio y con las políticas locales. El territorio se constituye no sólo en espacio múltiple de representación y de encuentro con los espectadores, sino en el espacio social y político donde el teatro, la danza o la música se hacen posibles o imposibles.

Luego de varios años de orientaciones neoliberales en las políticas estatales latinoamericanas, el impacto del debilitamiento de la función pública se deja sentir de varias maneras en los escenarios artísticos de los diferentes países. Ante la falta de recursos, el sector público ha contraído las inversiones en infraestructura y actualización de espacios escénicos, fomento a la creación, formación, producción y estímulo al disfrute estético, trayendo consigo la formación de un piso bastante movedizo para la creación artística, un mercado de trabajo rígido y angosto y una ruta plagada de vericuetos para generar vínculos entre las artes escénicas con sus diversos públicos.

El agotamiento de los modelos de organización de la producción, distribución y circulación del teatro, la danza y la música entraña un riesgo para la salud de los campos artísticos, que debe replan-

tearse desde un enfoque no economicista, pero sí que considere el ciclo económico de las artes escénicas, no porque se pretenda hacerlas rentables, pues nunca lo van a ser, sino para impulsar estrategias que permitan su existencia en condiciones de mayor estabilidad, crecimiento y arraigo social. Sin embargo, es importante puntualizar aquí que al hablar de la economía de un campo artístico me refiero al replanteamiento de las condiciones en que se crea, produce, distribuye y disfruta de sus creaciones, y no a una visión reducida que intente simplemente la vinculación al mercado y al comercio, como suele entenderse. En otras palabras, no se debe confundir economía con mercado, hablando de arte.

No obstante el impulso que la UNESCO dio la relación entre cultura y desarrollo, los enfoques en torno a aquella entre la cultura y la economía apenas comienzan a ser explorados en la mayoría de los países del continente, pero estos enfoques tienden a reconocer más fácilmente los vínculos económicos del turismo, el patrimonio, el cine, el libro y las artesanías que los de las artes, y menos aún el de la formación artística, la cual tampoco suele ser vista como inversión, sino como gasto por demás recortable. No se ha pensado que las artes escénicas también generan o destruyen empleos, crean un mercado artístico donde participan las propias instituciones culturales estatales.

Todavía se tiende a ver a las artes de manera etérea, fruto sólo de la inspiración individual o colectiva o, cuando mucho, de la educa-

ción artística, pero sin una referencia a la infraestructura de organización, inversión y estímulo que las hagan posibles a mediano y largo plazo. Muchas veces, la posibilidad de la continuidad estética de una expresión, o bien, la renovación de las generaciones artísticas, dependen de cómo están configurados los tránsitos por esa infraestructura.

Diseñar estrategias efectivas de desarrollo para las artes escéni-

cas requiere concebirlas desde otra dimensión que relacione sus prácticas, tradiciones y acervos con sus implicaciones económicas, íntimamente ligadas a su ámbito estético y simbólico. Sin embargo, para adentrarse en este debate, es importante el impulso a la investigación de los campos artísticos, hace falta una nueva actitud cada vez más presente entre los propios artistas y la generación internacional de un interés público y privado por las artes escénicas. (Jiménez, 2004)

### **A.5) Importancia de las Industrias culturales**

En la base de la era de la información está el reconocimiento de que la *información* es un factor de producción tanto como el capital, las materias primas y la mano de obra en la economía industrial.

Es el acceso a la información y conocimiento el que crea el ambiente de aprendizaje esencial para la innovación, y es la innovación la que conduce a la competitividad. La información, por tanto, se ha vuelto un recurso estratégico, esencial para la nueva economía tanto como la energía y los recursos minerales lo fueron para las revoluciones industriales previas.

Uno de los cambios clave ocurridos es la convergencia de las industrias de la información, la comunicación y el entretenimiento a través de la digitalización de su contenido. Esta convergencia se está volviendo cada vez más visible entre industrias y tecnologías y entre los proveedores y los distribuidores del contenido.

Porque las industrias culturales son “ricas en información” y una fuente de contenido original, éstas se están volviendo cada vez más un punto de convergencia. Además, tienen el potencial de ser una fuente de innovación y desarrollo tecnológico.

#### ***Importancia económica***

La cultura crea riqueza. Las industrias culturales tienen el potencial de crear empleos, como está demostrado en países desarrollados en donde en promedio de 3 a 5% del empleo (en EEUU más del 5%) está en las industrias culturales.

Alrededor del mundo las industrias culturales son consideradas el quinto sector económico más grande, después de los servicios financieros, la tecnología de la información, la industria farmacéutica, la bioingeniería y el turismo. Es un sector con considerables posibilidades, escala, tamaño e importancia.

#### ***Identidad***

Las actividades culturales, tanto tradicionales como nuevas, crean ‘significado’ y así están involucradas con y expresan la identidad y los valores de un país. Pueden comunicar tanto el patrimonio de un país como la idea de lo que significa el ser nacional de un territorio.

### ***Innovación y creatividad***

Las industrias culturales están inextricablemente relacionadas con la innovación y la creatividad y ligan estas con su cultura de origen. La creatividad, sin embargo, tiene impactos más allá de las artes: es reconocida por las empresas como un atributo clave buscado en sus empleados. Es la capacidad de pensar los problemas de nuevo o de crear principios básicos; de ser reflexivos; de experimentar; de ser inconventionales; de visualizar futuros escenarios; de ver las situaciones de una forma integral, lateral y flexible. Esta creatividad dentro de los negocios – fuera de las industrias culturales como tales – alienta la innovación y generan nuevas posibilidades.

### ***Turismo***

El papel de la cultura en el turismo es indudable. Para muchas partes de Europa y EEUU es la razón principal por la que un turista visita estos países. El turismo en general y el turismo cultural especialmente son instrumentos poderosos en la creación de sustentabilidad en la cultura de un territorio.

### ***Impacto en el capital Social***

Es cada vez más reconocido el hecho de que la cultura contribuye al desarrollo del capital humano y social. Tiene impactos sociales y educacionales considerables.

Pero lo que es más importante, las actividades culturales pueden ayudar al desarrollo personal, incrementando la confianza y promoviendo la autoestima. Éstas pueden crear temáticas comunes entre personas de diferentes edades; fortalecen la capacidad de la gente de actuar como ciudadanos democráticos y de desarrollar nuevas formas de capacitación y empleo.

La expansión y diversificación de nuevas tecnologías audiovisuales, que han sido hechas posibles por la digitalización, está ya trayendo nuevas demandas de productos culturales audiovisuales. México debe generar la capacidad para cubrir una parte importante de esa demanda en su interior. Para que se genere una verdadera competitividad externa, se necesita crear un ambiente competitivo interno. Pero la convergencia que se ha ido dando entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y los medios audiovisuales a su vez está trayendo consigo otro tipo de convergencia, en la forma de las grandes fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre lo cual limita la diversidad y pluralidad de las manifestaciones culturales que circulan. (Sánchez,2006)

## **A.6) Temáticas transversales necesarias para el fomento de las industrias culturales**

Existen a través de las diversas industrias culturales, medidas de política pública necesarias para fomentar su competitividad. Nos parece que el listado que presentamos a continuación representa un primer paso hacia la identificación que se requiere de las políticas públicas. Esta lección y otras podrán ser tomadas en cuenta en la elaboración de leyes como la propuesta “Iniciativa de Ley para el fomento de las industrias culturales mexicanas”.

### ***Capacitación y desarrollo de habilidades***

El Desarrollo de los Recursos Humanos se deberá realizar desde la formación del tipo “aprendiz” hasta los estudios académicos tradicionales y la formación tecnológica, con elevación de sus estándares.

### ***Tecnología***

El desarrollo tecnológico dentro de las industrias culturales no es diferente al de otros sectores y va desde el tradicional (a menudo rudimentario) hasta los productos y procesos del estado del arte. Es necesario fortalecer en particular aquellos procesos que impactan a las industrias culturales:

- Digitalización
- Convergencia
- Procesos de manufactura
- Desarrollo de nuevos productos

### ***Estructura institucional***

Las industrias culturales se caracterizan por una cantidad elevada de pequeñas empresas, algunas medianas y unas pocas grandes, en su mayoría compañías multinacionales. Las pequeñas empresas tienden a permanecer pequeñas y experimentan problemas similares a otras pymes.

Las industrias se caracterizan por la importancia de las asociaciones profesionales representando tanto el sector en conjunto, como a subsectores y profesiones, así como a grupos de interés especial y a las agrupaciones regionales.

Un puñado de organizaciones fuertes existe en cada sector pero la mayoría no está bien organizada y carece de la experiencia en el acceso financiero, en influencia o en el desarrollo de estrategias de organización claras.

Si se desea el crecimiento competitivo de las industrias es necesario formar redes de trabajo con otros grupos involucrados en productos y procesos similares. Las redes informales entre empresas, instituciones de investigación y educativas y los gobiernos incrementan la fertilización cruzada de ideas.

### ***Propiedad intelectual – la importancia de proteger el contenido***

La legislación de propiedad intelectual en México provee de protección adecuada legal para la mayoría de los productores culturales aunque una serie de lagunas existen en su implementación, en particular hacia las artesanías y los esfuerzos colectivos.. Los productores culturales son a menudo poco conscientes del valor de la propiedad intelectual.

### ***Requerimientos críticos para el desarrollo de las industrias culturales***

Desarrollar las industrias culturales requiere adoptar estrategias de industria flexible, e incrementar la fuente de talento creativo dentro de nuestro país.

Implica también un trabajo de mercadotecnia y marketing territorial de calidad.

Se requiere que los partidos y líderes capten la importancia cultural, social, económica y política de las industrias y se conviertan en campeones de su desarrollo.

No puede haber una agencia o entidad que funcional o territorialmente se aboque a fomentar las industrias culturales, pero si debe haber una visión estratégica y un “ombudsman” o promotor político/social de las industrias, no de los productores individuales o de los intereses cortoplacistas, sino de su visión estratégica.

### ***Visión no comercial***

Se utilizan fondos públicos y deben continuar utilizándose para aquellas áreas o actividades del sector cultural que no pueden sobrevivir sin subsidios y que la sociedad desea mantener. Pero deben evaluarse las formas de desembolso y las instituciones que los realizan para que sean mediante políticas más abiertas y plurales, así como promotoras de la innovación y no solamente de la conservación, apoyando a actores pequeños y creativos y no solamente a los reconocidos.

### ***Visión de cadena***

En las cadenas culturales se ha venido dando apoyo a los artistas y a su formación, es decir al principio de una cadena de valor, pero es importante brindarlo a la parte media –es decir a la producción masiva, comercialización y difusión- pues es la que acerca el producto al usuario y facilita su acceso.

### ***Visión comercial***

Es importante poder mantener en todos los sectores tanto a los empresarios como a los artistas o artesanos, asegurando que esta mezcla brinde vitalidad, innovación y realismo a todos los sectores.

### ***Visión de valores***

Es central mantener estructuras eficientes, pero al mismo tiempo favorecer un equilibrio entre pymes y grandes empresas debido al contenido de diversidad que las primeras pueden aportar en la cultura, frente a contenidos estandarizados de las segundas. Es importante también que las pymes puedan aportar cultura de alto nivel, pero que esta sea accesible a crecientes números de personas a precios no prohibitivos.

Quizá siguiendo a Liisa Uusitalo, puede instrumentarse este objetivo buscando favorecer la innovación en las pequeñas y la capacidad de transmisión en las grandes empresas. (Koivunen, 1998).

Como industrias, empresas o instituciones que aportan contenidos, es importante favorecer la creatividad de los individuos y colectividades, no solamente por lo que al resto de la humanidad aporten, sino también porque esta aportación es parte de su propio desarrollo personal y comunitario.

## **B. Clusters de Cultura**

Tampoco en cuanto a clusters existe un concepto único (especialmente en su aplicación a la cultura), pero no es importante la uniformidad, sino la idea de la interacción para evitar políticas estandarizadas y dar flexibilidad a nuestras acciones.

La diferencia entre un cluster y un sector es que el segundo es definido por sus similitudes, en tanto que el primero por las interacciones entre los participantes. Es decir es una red de producción de empresas interdependientes, instituciones del conocimiento, organizaciones integradoras y agentes diversos que se agrupan en una cadena o constelación productora de valor.(CURDS, 2004) Este concepto se ilustra en los mapas del Cluster de Música y en el del Teatro.

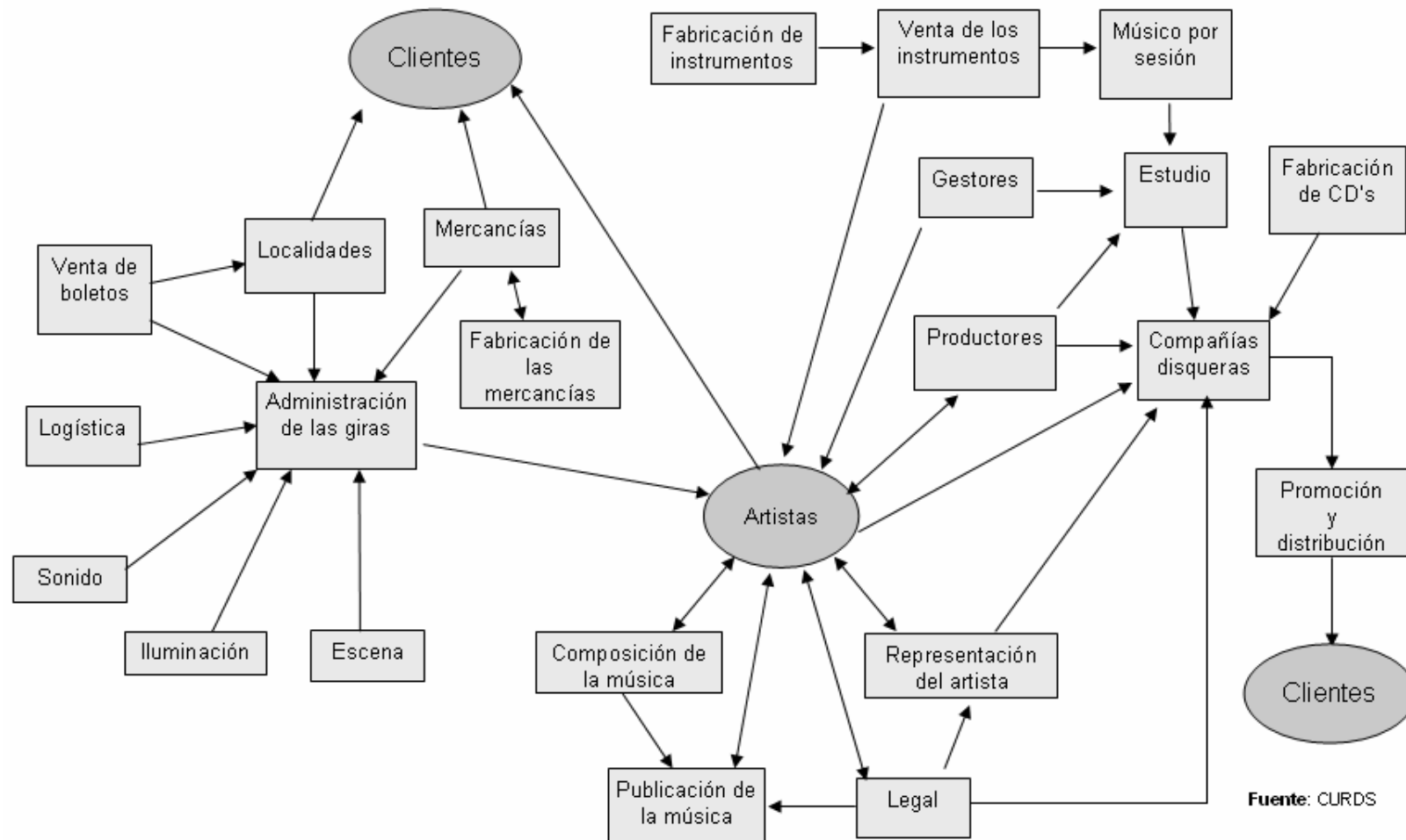
Este grupo de conceptos es útil para la acción porque nos permite visualizar (véanse cuadros siguientes) a los actores en su dinámica de interrelaciones y en sus aportaciones a la competitividad y en lo que reciben del cluster para su sobrevivencia. Así el cluster de música nos muestra (para cada tipo de música) a las bandas o grupos, sus promotores y administradores, los estudios de grabación, las empresas disqueras, pero también a quienes fabrican su ropa o la diseñan, quienes los acompaña o protegen, quienes los transportan, etc.,etc.

En las temáticas culturales, es muy diversa la constitución de los clusters, que más que una cadena, tiende hacia constelaciones variables y plurales (así en plural porque existen los pequeños y los grandes, los avanzados tecnológicamente y los innovadores, etc.) entre las cuales puede haber vinculadores.

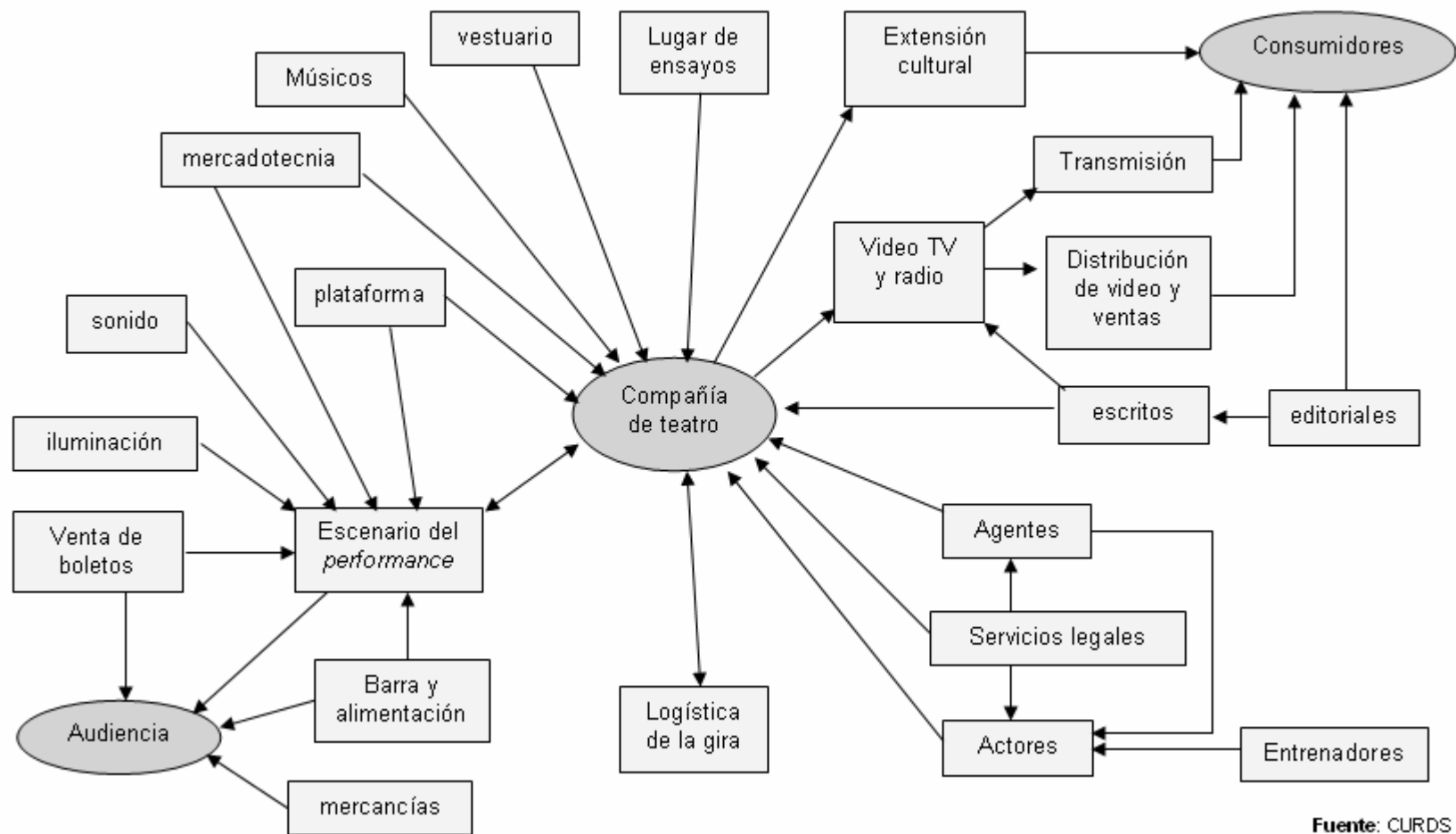
Muchas veces las diversas constelaciones son antagónicas, pero en áreas de éxito pareciera que sus canales de enriquecimiento mutuo son más amplios que en aquellas en las que su antagonismo es más fuerte.



### Mapa del Cluster de Música



### Mapa del Cluster de Teatro y Artes



## C. Apoyos a empresas individuales en ramas específicas

Por supuesto que las acciones industriales y de cluster son las medidas de política pública más efectivas e importantes para elevar la competitividad y la capacidad social de aportación en el campo de la cultura, pero no debe dejarse — especialmente en este campo de lado la política de apoyo individualizado —, porque es desde instituciones, empresas, colectividades y personas específicas que surgen posibilidades de innovación, crecimiento y competitividad (o dicho con otro lenguaje, de creatividad, cohesión, desarrollo).

Por ello presentamos a continuación una experiencia de políticas que, aunque son individuales en su aplicación, tienen una aportación significativa:

### Estudio de caso: Apoyo a librerías en zonas periféricas de Roma

*El Ayuntamiento de Roma, con el fin de acentuar la importancia de la librería como punto de adquisición de productos editoriales impresos y audiovisuales, así como de todos aquellos productos conexos a la utilización del tiempo libre y de los consumos derivados, accesorios, tecnologías, etc., promueve de tal manera una política de difusión de estas estructuras en las áreas urbanas que carecen de ellas.*

#### 1. Financiamiento y contribuciones

*Se concede financiación bajo forma de apoyos al capital, y de contribuciones para la gestión, destinados a la apertura de librerías en áreas de depresión urbana o en puntos de venta "book-shop" situados en las bibliotecas del Ayuntamiento de Roma, por una cantidad total de: 500.000,00 euros.*

#### 2. Dónde se intervendrá

*El área de degradación urbana y social tenida en cuenta para el programa 2002, comprende:*

- empresas individuales;
- empresas colectivas (sociedad de personas, sociedad de capitales, cooperativas de producción y trabajo, cooperativas sociales, incluidas las "pequeñas cooperativas").

#### 3. Sectores de actividad

*Para la selección de propuestas a recibir la ayuda, pueden participar solamente los proyectos presentados por candidatos que deseen abrir librerías.*

#### 4. Ayudas concedidas

*Los apoyos concedidos al capital, no superarán el 50% de los gastos para inversiones consideradas admisibles.*

*Los apoyos para la gestión, no superarán el 50% de los gastos para inversiones consideradas admisibles.*

*De cualquier manera, para cada empresa, el importe total de la ayuda no podrá ser superior a:*

- **50.000,00** euros en caso de apertura de nuevas librerías;
- **25.000,00** euros en caso de apertura de nuevos puntos de venta ("book-shop") en los espacios facilitados al interior de las bibliotecas del Ayuntamiento de Roma.

### 3.- Enfoque de redes y servicios de conocimiento

Si bien en numerosas ocasiones nos es útil el enfoque de territorio o el industrial, es importante que en la era del conocimiento, también podamos observar los fenómenos y aplicar políticas a través de la visión del conocimiento.

Aquí presentamos tres instrumentos que consideramos importantes: las incubadoras de arte y cultura, los centros de articulación productiva y las comunidades de práctica y epistémicas. Quizá de estos tres instrumentos el segundo parezca que es de política industrial, pero nos parece más de una política que parte de lo industrial, pero que se ubica en el conocimiento como herramienta de articulación.

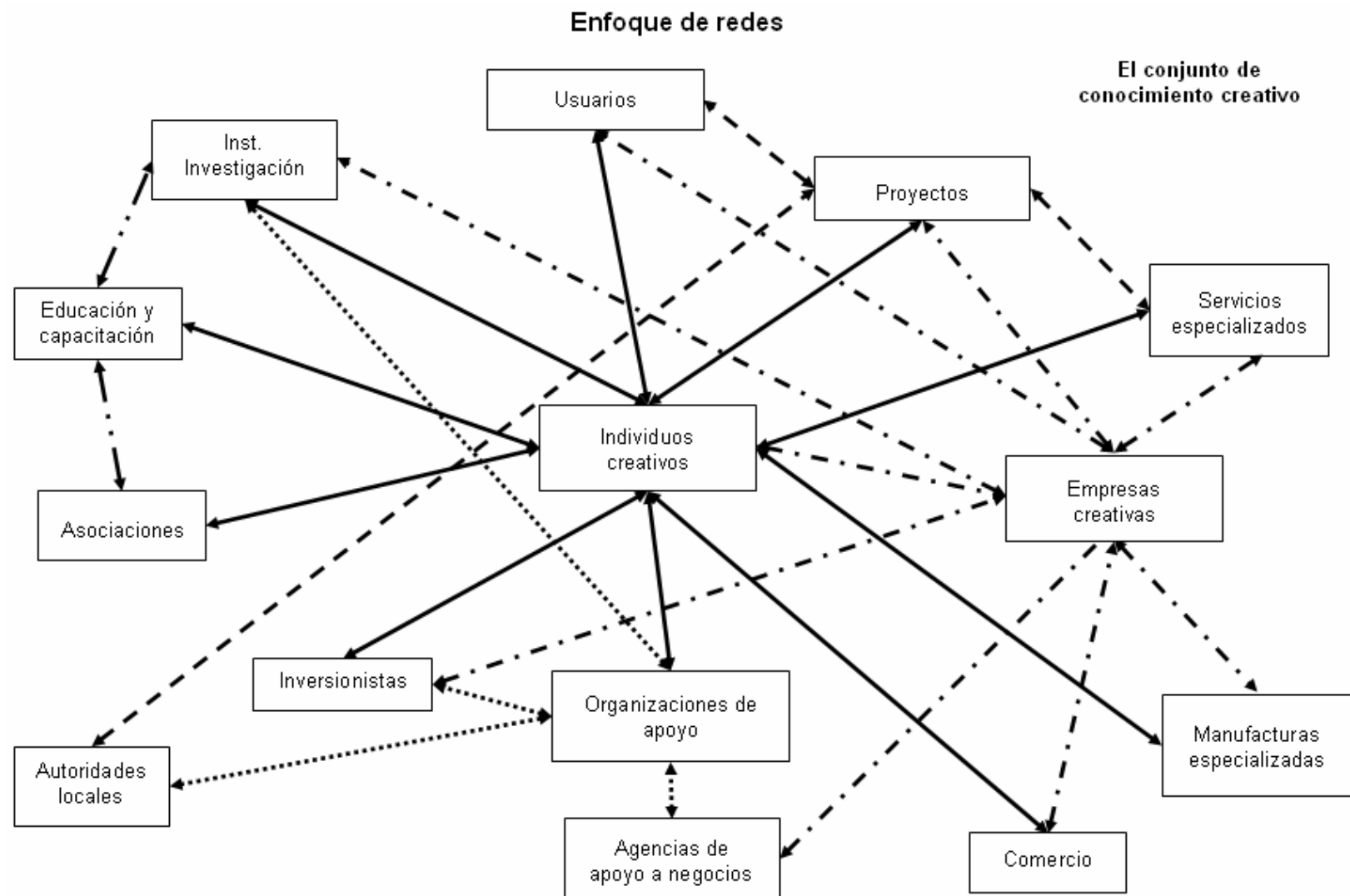
En el cuadro adjunto presentamos un esquema de un Conjunto de interrelaciones creativas que nos puede ilustrar como pueden colaborar distintos actores (es un cuadro similar en la superficie a los de clusters, pero aquí los flujos no son de 'servicios' o 'productos' sino de conocimiento).

Por supuesto existen redes mucho más numerosas que deben promoverse y que fomentan la participación: organizaciones (sociedades culturales, académicas, etc.) redes de trabajadores (Creadores, promotores, animadores) y de destinatarios como son lectores o auditorios. (Ander-Egg, 2005).

#### **Estudio de Caso: Redes de ciudades: de la competitividad a las alianzas estratégicas**

Un claro ejemplo de cooperación es la creación de redes que permitan crear y consolidar sinergias entre destinos y espacios: Art Cities in Europe, la Organización de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, la Red de Juderías Españolas, el Camino de Santiago,... La mayor parte de estas iniciativas están centradas en la promoción y comercialización conjunta, orientada a diversificar la oferta mediante la creación de productos que distribuyan mejor los flujos turísticos entre los distintos recursos y a lo largo del año, obteniendo así una mejor rentabilización de las infraestructuras existentes. Como señala Marchena (1998) es necesario orientar la promoción hacia la educación cultural de la demanda. Una adecuada gestión en este sentido puede conseguir satisfacer al turista e incentivarlo a que repita su visita en el mismo destino o a que pruebe otro destino dentro de la propia red (fidelización).

Otro ejemplo de redes de conocimiento es el benchmarking para consolidar y mejorar el conjunto de servicios prestados. Se menciona el caso de Bilbao que, desde 1995, lleva realizando un estudio comparativo con otras zonas metropolitanas que han alcanzado altos niveles de competitividad económica y calidad de vida. Así con relación al turismo cultural se realizó un estudio comparado entre Bilbao y Colonia, una ciudad alemana que ha sabido combinar una intensa actividad ferial con su oferta cultural. (Tresserras).



FUENTE: CURDS

## **A) Incubadoras de arte**

El concepto se puso por primera vez en práctica en 1987 en Chicago. Su objetivo es el de alimentar a artistas nuevos y organizaciones culturales ayudándoles en su estabilidad y crecimiento. Las incubadoras proveen apoyos de manera integrada así como servicios, y como espacios que sirvan para catalizar un crecimiento creativo y de negocios. Apoyan a los usuarios con capacidades, herramientas y ambiente de negocios necesarios para lograr sus objetivos de corto y largo plazo. Los espacios y servicios integrados son lo que distingue a la incubadora de un espacio común o un programa de asistencia técnica. Se busca que, por ejemplo, un grupo de canto, pueda cantar, obtener recursos y ganancias de cantar, cante para más personas, contribuya al desarrollo, expanda el turismo y sea una parte integral de su comunidad. (Gerl, 2000).

### SERVICIOS Y ACTIVIDADES DE UNA INCUBADORA

#### Asistencia Técnica

Las incubadoras proveen a los artistas y a las organizaciones artísticas con experiencia, redes y herramientas, orientadas a los diversos niveles que requieren los y las artistas entre las que destacan:

- Mercadeo, planes de mercadeo, campañas de promoción, diseño de actividades
- Administración y finanzas,
- Asistencia en obtención de fondos y donaciones,
- Tecnología, en particular en informática,
- Apoyos horizontales entre artistas, especialmente redes, mediante las cuales se comparten equipos, contactos, asistencia técnica horizontal, apoyo moral, clientes, etc.,
- Difusión y administración de eventos, invitando a la comunidad a la incubadora o a eventos y exposiciones,
- Bancos de datos y bibliotecas,
- Asistencia fiscal y legal,

- Apoyo administrativo, mediante servicios administrativos compartidos (repcionista, secretariales, teléfono, fax, copias, envíos, internet, salas de reuniones, etc.)
- Servicios de alimentación y apoyo a reuniones,
- Planeación estratégica y anual,
- Organización interna y legal, así como estructuración de consejos o mecanismos de dirección,
- Acercamiento y formación de voluntarios,
- Desarrollo de personal.

### Espacios

Hay numerosas formas que revisten los espacios de las incubadoras del Arte, por ejemplo, pueden compartir espacio con una biblioteca, en un edificio de oficinas, en un centro comunitario, en edificios históricos. Pero el espacio debe buscarse en función de las necesidades de las artes y no dejarse seducir por el espacio si no es apropiado para los artistas. Los espacios se utilizan para:

- Oficinas administrativas,
- Espacio de trabajo para artistas,
- Áreas comunes,
- Salones de conferencia,
- Espacio para exhibiciones
- Laboratorios y Espacio para la producción,
- Espacio para ventas.

### Financiamiento para la incubadora

Se requiere una búsqueda de mecenas, fondos públicos y apoyo comunitario para lograr los recursos básicos que se necesitan.

Luego será necesario un programa claro de los costos para las y los artistas que participen en la incubadora, con rentas crecientes o formas de compartir ingresos.

Acciones de promoción comunitaria y local de la incubadora.

Pueden verse estos principios *in extenso* en el libro *Incubating the Arts*, promovido por la *National Business Incubation Association* de Estados Unidos. (Gerl, 2000).

Veamos dos casos de Incubadoras en Roma:

**Estudio de caso: Roma: “START INCUBADORA DE CINECITTÁ”**

La incubadora se ubica en el ámbito de la promoción y apoyo a la empresa que están creando el Ayuntamiento de Roma y Cinecittá Holding, la estructura societaria de propiedad pública, comprometida con el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales aplicadas al sector audiovisual y de los multimedia. La incubadora se creó para promover nuevas maneras de concebir las empresas y para asesorar, en una estructura tecnológicamente avanzada, proyectos innovadores en el sector audiovisual digital y de los multimedia. Por lo tanto, la Incubadora es el lugar natural a través del cual se promueven y sostienen iniciativas innovadoras y de calidad vinculadas al sector, que pueden encontrar un primer mercado precisamente en la ciudad del cine y en el macrocosmos de actividades derivadas y afines, que cada vez más se encaminan al uso de las nuevas tecnologías.

**Sostenimiento al *start up*:**

El apoyo al *start up* no se limitará a las empresas incubadas, sino que interesará los proyectos empresariales que presenten un sensible potencial de éxito. Una vez definido el plan de la empresa, los potenciales empresarios recibirán la ayuda de un tutor cuya tarea será sostener al neopropietario en la fase de avance del proyecto de empresa, del nivel teórico al nivel práctico. Con el tutor se trabajará ya sea en la búsqueda de los puntos críticos, como de los

puntos de fuerza del producto servicio ofrecido por la empresa, así como de aquellos de la gestión misma de la empresa, además de los que se refieren a los posibles apoyos económicos y financieros. Naturalmente, la principal componente de esta actividad se dirigirá a las empresas incubadas y tendrá como finalidad su éxito.

**Servicios logísticos:**

Toda empresa tendrá a disposición:

- Recepción
- Secretaria
- Sala de juntas
- Conmutador, telcom para datos, voz e imágenes
- Fotocopiadora

Espacios idóneos para actividades formativas vinculadas a la Incubadora se encuentran en la Sala Fellini, al interior del área de Cinecittá y que haya sido utilizada para estos fines. Por la hospitalidad en la Incubadora, que podrá tener una duración máxima de 18 meses, las empresas no deberán pagar renta durante los tres primeros meses; del cuarto al sexto mes incluido se pagará una renta de 50 euros, del séptimo al noveno incluido la renta será de 100 euros, y así sucesivamente, previendo un aumento de 50 euros cada tres meses.



**Servicios de consultoría y asistencia:**

Deber de la Incubadora es sostener la fase de start up de las empresas aun a través del abatimiento de los costos de algunos servicios esenciales. Mediante una red de consultores, la Incubadora pondrá a disposición de las empresas huéspedes un conjunto de servicios básicos relacionados con:

- ⇒ Administración/contabilidad
- ⇒ Área fiscal

- ⇒ Área legal
- ⇒ Marketing y Comercialización
- ⇒ Asistencia tecnológica

El disfrute de los servicios denominados básicos, será gratuito hasta el tercer mes, el uso ulterior será directamente facturado a las empresas. Además de la asistencia técnica de base, se activarán consultorías especializadas, dirigidas a las exigencias de las empresas, en forma unitaria o asociada.

**Estudio de caso: ROMA: Incubadora del Espectáculo, Teatro, Musica: Instalación y Asociación de Pequeñas Empresas**

El objetivo del proyecto es promover la instalación y la asociación de empresas que operan en los sectores del espectáculo, en la Incubadora del Espectáculo: música y teatro. El proyecto es abierto y permite la incubación de empresas — ya sea en cuanto a su instalación como en cuanto a su asociación — hasta llegar a la completa ocupación de los espacios disponibles.

**Destinatarios de las actividades**

1. pequeñas empresas o cooperativas, o empresas individuales que están por constituirse, o se constituyeron antes de 18 meses;
2. pequeñas empresas o cooperativas, o empresas individuales que quieran diversificar o ampliar su actividad.

**Sectores de actividad**

Serán admitidas a disponer de los servicios de la Incubadora, las iniciativas y las empresas que operen en los sectores del espectáculo y de los servicios del espectáculo que aparecen en la siguiente lista de las actividades económicas:

*(Continúa en la página 106)*

22.31.0	<i>Reproducción de grabaciones de audio</i>
22.32.0	<i>Reproducción de grabaciones de video</i>
22.33.0	<i>Reproducción de grabaciones informáticas</i>
71.34.0	<i>Renta de otras máquinas y equipamiento</i>
74.20.D	<i>Otras actividades técnicas n.c.a.</i>
74.87.8	<i>Otras actividades de servicios para las empresas n.c.a.</i>
91.33.2 92.31.B	<i>Actividades de organizaciones que tienen finalidades culturales, recreativas y/o el fomento de algún hobby Creaciones e interpretaciones en el campo de la dirección y del espectáculo</i>
92.31.C	<i>Creaciones e interpretaciones en el campo de la actuación</i>
92.31.D 92.32.0	<i>Creaciones e interpretaciones en el campo de la música Gestión de teatros, salas de concierto y otras salas de espectáculos y actividades conexas</i>
92.34.3	<i>Otras actividades de entretenimiento y espectáculo</i>
92.40.0	<i>Actividades de agencia de prensa</i>
92.72.3	<i>Otras actividades recreativas que no fueron clasificadas anteriormente</i>

### **Servicios disponibles y modalidad de uso**

Emplazamientos empresariales disponibles, según la modalidad open space, y dotados con modernos equipos hardware e software;

1 aula para actividades formativas;

1 salón para reuniones y consultorías;

1 espacio de recepción y secretaría organizativa.

**Servicios logísticos y materiales:**

a.1 emplazamiento empresarial con las características mencionadas;

b.Actividad de recepción, sala de espera y conmutador telefónico, en el horario de actividades de la incubadora;

c.Disponibilidad no exclusiva de las áreas comunes, previa reserva obligatoria;

d.Iluminación y limpieza de las áreas comunes;

e.Calefacción/aire acondicionado en emplazamientos empresariales y áreas comunes.

**Servicios inmateriales**

Los servicios inmateriales ofrecidos a las empresas incubadas, ya sea que se encuentren instaladas o asociadas, son:

a.Seminarios temáticos sobre cultura empresarial;

b.Asistencia técnica: tutorías y monitoreos de las actividades empresariales, a través de todo el período de incubación;

c.Networking interno: desarrollo de relaciones y sinergias entre las empresas incubadas (asociaciones, consorcios y partnership), incluyendo encuentros formales y cotejos periódicos entre las empresas instaladas;

d.Networking externo: desarrollo de relaciones y sinergias entre las empresas incubadas y los sujetos externos a la incubadora (otras empresas, entidades e instituciones públicas y privadas, universidades) para la promoción de proyectos de expansión o diversificación de las actividades, asociaciones, consorcios y partnership;

e.Consultoría para el acceso a los financiamientos ordinarios y a bajo tipo de interés, locales, regionales, nacionales y comunitarios, en particular para la creación y desarrollo de la empresa;

f.Consultoría financiera para la creación de condiciones de desarrollo y expansión de las actividades empresariales;

g.Consultoría para el acceso al crédito;

h.Consultoría comercial que incluye también las informaciones y la organización para la participación en ferias y congresos;

i.Servicios para el desarrollo: control de gestión, asesoría sobre aspectos jurídicos, legales, fiscales y contractuales;

j.Apoyo a la ubicación, dentro del territorio, de las empresas incubadas.

Los servicios pueden modificarse, en cantidad y tipología, de acuerdo a eventuales decisiones de la Administración Comunal, durante el período de gestión.

**Costos**

El costo de utilización de las locaciones de la empresa y del usufructo de los servicios mencionados se ha definido en base al siguiente esquema:

Gratuito durante los tres primeros meses

150 euros mensuales desde el 4° al 6° mes

200 euros mensuales desde el 7° al 12° mes;

300 euros mensuales desde el 13° al 18° mes;

400 euros mensuales desde el 19° al 24° mes

**Permanencia en la incubadora**

La permanencia de cada empresa instalada en la Incubadora, tiene una duración máxima de **18 meses** a partir de la fecha de celebración del contrato de Prestación de Servicios.

## **B) Centros de Articulación Productiva**

Un Centro de Articulación Productiva (CAPs) es un organismo orientado al apoyo a las Mipyme, mediante la prestación de servicios de consultoría y asesoría, cuyos objetivos son articular los procesos productivos, fortalecer a las empresas, propiciar la sustitución de importaciones y vincular la oferta con la demanda tanto en el mercado interno como en el extranjero.

Un CAP puede contribuir al desarrollo de una nueva cultura empresarial enfocada a la competitividad de las empresas, mediante la presentación de los diferentes modelos existentes de Centros de Vinculación y Desarrollo Empresarial, así como los nuevos agentes de Articulación de Cadenas Productivas.

En el sexenio pasado la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de Economía, tuvo como una de sus líneas estratégicas el promover e institucionalizar Centros de Articulación Productiva que permitan concentrar capacidades para brindar beneficios tecnológicos de alto valor agregado a redes empresariales, bolsas de subcontratación, encuentros de desarrollo de proveedores, centros de servicios tecnológicos, empresas integradoras, cadenas de valor y agrupamientos empresariales capaces de detonar el desarrollo local sustentable; así como promover e institucionalizar la RENAP que apoye la transferencia de tecnología, la promoción de oportunidades de negocio y sirva de puente a los programas de desarrollo empresaria y de las CAPs con sus beneficiarios principales que son las micro, pequeñas y medianas empresas.

Lo anterior, se realiza mediante la prestación de servicios de información, capacitación, asesoría, consultoría y articulación de negocios con base en la difusión y asimilación efectiva de las tecnologías de la información y comunicación, entre otros.

Los centros de articulación productiva tienen tres funciones básicas:

**1. VINCULACIÓN.-** Las MIPYMES tienen gran dificultad para poder integrarse a una cadena de valor que las ubique de una manera favorable en el mercado. Para ello se debe promover con acciones y programas específicos el encañamiento productivo sistémico es decir, desde el proveedor inicial hasta el consumidor final, para lograrlo se requiere acciones específicas de vinculación. Esta es una tarea que va más allá de las alianzas estratégicas, desarrollo de proveedores y de explorar oportunidades de negocio, construyendo Cadenas sistémicas que fortalezcan su posición competitiva con una perspectiva de largo plazo.

**2. INTELIGENCIA.** La inteligencia se presenta a la creación de estrategias basadas en la aplicación del conocimiento, lo que implica no sólo poseer información sino seleccionarla, procesarla y analizarla considerando siempre la búsqueda de objetivos específicos.

Por ello el área de Inteligencia considera tres ámbitos fundamentales de apoyo:

- **Inteligencia Competitiva y Posicionamiento de Mercado.-**
- **Inteligencia de Negocios.-**
- **Inteligencia Prospectiva.-**

**3. DESARROLLO.** Esta área se abocará a brindar apoyo en la toma de decisiones pero con una visión de largo plazo comprendiendo el accionar interno de la empresa así como las tendencias que permiten prever las condiciones futuras y las acciones que permitirían a una empresa fortalecer su posición futura.

**NOTA:** En el Anexo 8 se presenta la Propuesta completa de un Centro de Articulación para el desarrollo de actividades productivas relacionadas con la cultura.

## **C) Comunidades de práctica y epistémicas**

Una perspectiva novedosa es el enfocarse en las interacciones entre personas e instituciones en cada industria, cluster o distrito. Es decir focalizando el conocimiento y la idea de comunidades de conocimiento, que pueden definirse como un grupo de personas, frecuentemente en organizaciones separadas, pero unidas por conjuntos de valores e intereses, que buscan definir nuevos conocimientos y prácticas en los sectores a los que pertenecen.

### **PROPUESTA. Observatorio cultura, territorio e industrias culturales (OCTIC)**

#### **INTRODUCCIÓN**

La sociedad mexicana se encuentra desprovista de espacios, indicadores y propuestas para actuar a nivel regional y nacional en el campo de la interacción entre cultura, territorio e industrias culturales.

El criterio básico de la iniciativa es que las políticas y acciones de valoración de la cultura y de los territorios no deben ser fruto de modelos predeterminados, ni a soluciones homogéneas para todos los contextos territoriales o industriales.

Para favorecer el éxito de las políticas es necesario desarrollar conocimientos detallados sobre las realidades y “brújulas” para orientarse entre los diferentes modelos de acción. A estas necesidades responde el observatorio.

#### **OBJETIVOS**

- El objetivo es actuar un reconocimiento permanente y promover la difusión de las buenas prácticas, basadas en experiencias.
- Se propone ejercer una observación crítica del desarrollo cultural, territorial y productivo, particularmente, de las políticas gubernamentales en este campo.
- Igualmente nos interesa abrir un espacio social, de carácter plural, para la reflexión sobre los problemas culturales del país y su relación con las variables territoriales y productivas; aportar conocimientos y opiniones documentadas sobre temas fundamentales; difundir sugerencias y posibles alternativas a los graves problemas que enfrentamos en México.

- Generar en el campo de las Políticas culturales, territoriales y productivas un ámbito institucional no gubernamental de investigación, comunicación, observación, evaluación y capacitación atento a las necesidades de los actores sociales involucrados en el proceso, intercambiando saberes y experiencias en distintos niveles.
- Articular el pensar y el actuar en la problemática social buscando formas innovadoras para dinamizar los recursos que promueven la cultura y la inserción social y las industrias culturales en las diversas regiones.
- El Observatorio nace de la necesidad de crear una base de información sobre cultura, el territorio y las industrias culturales y poder disponer de un cuadro sistemático de conocimientos para una mejor coordinación y diálogo entre todos los actores.
- Trata de ser “un servicio para” los actores sociales involucrados. No se trata de ser un centro de estudios aislado, sino una estructura que brinda espacios y servicios de conocimiento y “know-how”. Por ello buscará poner a disposición de todos una “caja de herramientas” para estas intervenciones tan complejas.

## ACTIVIDADES

Se trabajará a lo largo de tres líneas principales:

- 1) La construcción de un cuadro de conocimientos que permita complementar y focalizar la información existente para toma de decisiones
- 2) La realización de investigaciones sobre aspectos específicos, proyectos y propuestas y su factibilidad o las dinámicas de sectores, industrias, clusters o territorios.
- 3) Comparación con las dinámicas nacionales e internacionales, ofreciendo así elementos de valoración para situar las tendencias específicas en un contexto más amplio, la colaboración con centros de investigación y actores de diversas partes del mundo y de México.

Estas tres líneas implican actuar en:

- Animar la investigación orientada al sector
- Relacionar actores y tomadores de decisiones;
- Favorecer tomas de decisión informadas
- Sostener procesos en las diversas realidades territoriales y la gestión eficiente y eficaz de empresas e instituciones
- Proyectar y promover modelos y prácticas innovadoras
- Promover proyectos e iniciativas territoriales, culturales e industriales
- Constituir un centro de información y análisis sobre experiencias y mejores prácticas

Específicamente en el campo de las Industrias culturales, se tratará de:

- explicitar la contribución de las diversas industrias al desarrollo social y económico;
- identificar los impedimentos a su desarrollo;
- explorar las interrelaciones entre industrias culturales y las políticas gubernamentales;
- proponer estrategias de crecimiento para cada industria y sobre todo las interrelaciones posibles.
- Introducir a las industrias por su importancia ante la población;
- Proponer recomendaciones para el desarrollo de las industrias;
- Proponer acciones de seguimiento y de elaboración de estadísticas e indicadores.



## 4.- Consideraciones finales y sugerencias para políticas públicas

La interrelación entre cultura y desarrollo ha existido siempre, la propuesta es aprovecharla para el mejoramiento integral de las personas y las comunidades mexicanas. Un instrumento son *las actividades productivas culturales*.

Este aprovechamiento implica un trabajo conjunto entre todos los actores involucrados, en una dinámica de respeto por sus puntos de vista y sus responsabilidades.

Implica un trabajo que camine entre unos parámetros fijados por todos, en los que se excluyan la manipulación de la cultura, el rentismo y la dominación por parte de las agendas del mercado o del gobierno.

Consideramos básico que la sociedad deje que todas las flores florezcan, que *las dote de lo que necesitan* para su crecimiento y sustentabilidad, según su propia lógica, y finalmente que permita y contribuya a que toda la comunidad pueda gozarlas y beneficiarse de su belleza.

En este capítulo final nos concentraremos una reflexión inicial sobre el “*dotarlas de lo que necesitan*” para su crecimiento y sustentabilidad.

Solamente una combinación de apoyo a las dinámicas territoriales, industriales y de redes puede dar frutos, porque solamente así se puede responder tanto a la complejidad de la cultura, como de las oportunidades que se presentan y de las amenazas que le acechan.

Por ello se requiere combinar las políticas públicas regionales indispensables para el enfoque territorial, con las federales que deben favorecer el enfoque industrial y ambas combinadas para contribuir a tejer redes.

Repetimos que nuestra propuesta no pretende ser una política cultural integral, sino únicamente programas y proyectos que utilicen algunos instrumentos de promoción económica al servicio de la vida cultural que a su vez fomente el desarrollo social y económico sustentable.

Esperamos que lo que presentamos en este documento sea una herramienta frente a los desafíos que se presentan y a los cuales tenemos que tener posición:

- Frente a la pretensión de otros gobiernos de asumir políticas activas, como es el caso del Reino Unido que pretende hacer de ese país el “hub” mundial de creatividad, ¿Cuál es la pretensión de México?

- Frente a la intención de Barcelona, Sevilla, Madrid, Miami o Los Ángeles de ser los puntos nodales de habla hispana, o de Karnataka, Flandes, Québec y otras de una red de Distritos Creativos ¿Qué lugar tendrán México, Guadalajara, Monterrey o Puebla y sus regiones?.
- Frente a la industria editorial de Argentina, Colombia, o España, ¿A qué debe aspirar la nuestra?
- Para el futuro de localidades y barrios ¿Cuál debe ser el papel de su cultura y arte en el destino que quieren sus habitantes para colonias como Santa María la Ribera en la Ciudad de México, los productores de guitarras para Paracho en Michoacán o las mujeres para Cuentepec en Morelos?.
- ¿Cómo mantenemos y fortalecemos las culturas vivas de México? ¿Cómo permitir a los oprimidos y silenciosos expresar sus culturas?, ¿Cómo dar voz a las culturas portadoras de esperanza que hoy quedan como confidenciales o ignoradas?.
- ¿Cómo lograr que los medios audiovisivos mexicanos reflejen las tradiciones mexicanas y éstas sobrevivan y se conviertan en aportes mundiales?.
- ¿Cómo evitar que continúe lo que nos muestra Sabina Berman: que se dan “las generaciones [cada vez] más amplias de artistas, pero no crece el número de auditorios”, o las bodegas que están repletas de libros y revistas? (Berman y Jiménez, 2006).
- ¿Cómo lograr un estado “servidor de la cultura viva, que allí donde quiera que brote un germen cultural nuevo debería estar presente”? (Aranguren, 1977).
- ¿Cuál es la interrelación y sinergia entre los esfuerzos mexicanos en todos estos campos?.

Un gran diálogo organizado entre las y los mexicanos es imperativo para responder a estas interrogantes, ahora. Necesitamos medidas eficaces, no continuar “la tendencia a enfrentar necesidades estructurales con obras-espectáculo y golpes de efecto” como bien señala García Canclini (García, 2006).

En este documento se han detectado numerosas posibilidades de promover en México procesos productivos que apoyen la sustentabilidad de la cultura mexicana mediante tres enfoques: *Territorial* (ciudades de cultura, distritos culturales y proyectos de patrimonio histórico), *Industrial* (industrias culturales y creativas, clusters de cultura), y de *Redes*

(incubadoras de arte, centros de articulación productiva y comunidades de práctica). Ante los desafíos y las posibilidades ¿*Cuáles son las sugerencias para las políticas públicas a seguir?*

*Por supuesto la respuesta a esa interrogante requiere un trabajo interdisciplinario que excede las capacidades del autor y el tiempo y los recursos actualmente disponibles. Pero podemos señalar algunas pistas de los puntos por los cuales iniciar los trabajos en políticas públicas:*

### **Medidas Institucionales**

- Constitución de un **consejo** integrado por: redes (tanto de organizaciones de la sociedad, como de trabajadores de la cultura, organizaciones culturales, instituciones académicas, etc.), comunidades, industrias y sector público. Este consejo deberá mostrar *la prioridad nacional* por una promoción de las culturas como fuente del desarrollo y bienestar. Este consejo tendría por parte del sector público actores federales, estatales, regionales y municipales.
- Constitución de **grupos de concertación** en *industrias y clusters* que generan el mayor impacto estratégico. Los primeros que deberán promoverse no necesariamente serán aquellos de mayor empleo o mayor inversión, sino aquellos con un impacto estratégico.
- Constitución de **grupos de concertación** en *territorios emblemáticos*: la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y el Centro-País o Zacatecas, etc.
- Promoción de **grupos de concertación** en numerosos lugares y clusters según se presenten iniciativas locales o industriales.
- Los mecanismos mencionados deben de promover el diálogo entre la planificación y programación “de arriba” con los proyectos y esfuerzos “desde abajo”.
- Favorecimiento de redes que lleven a la constitución de uno o más **Observatorios de cultura, territorio e industrias culturales** que puedan actuar en el reconocimiento permanente y promover la difusión de las buenas prácticas.
- Ligado al punto anterior, la Integración de **grupos intersectoriales de asistencia técnica** a autoridades estatales y locales y a comunidades territoriales o sectoriales.

- Mejoras **legales y presupuestales** para facilitar: *financiamiento* (dotación a fondos existentes y mejoría de reglas –tanto en los orientados a pymes como a cultura, mecanismos de subsidios, creación de fundaciones); *co-laboración* (mecanismos de cooperación entre instituciones y regiones, de interacción entre cultura y territorio) y *estadísticas e indicadores de desempeño*. Es imperativo que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público defina una participación positiva en los mecanismos arriba señalados.

### **Medidas de Formación y Asesoría**

- Constitución de directorios académicos de potenciales conjuntos de departamentos universitarios que permitan una interacción multidisciplinaria a favor de distritos o clusters identificados o de preparación de universitarios/agentes cultural-productivos.
- Establecimiento de directorios/mapas de varios clusters estratégicos. Interacción con los actores clave de dichos clusters.
- Establecimiento de cursos y talleres de preparación de agentes promotores.

### **Medidas de Promoción Integral**

A partir de las acciones de las instituciones actuales de cuidado del patrimonio como es el caso del INAH, generar políticas de cuidado, conservación, valorización, gestión, promoción y fruición (Amari, 2006) de nuestro patrimonio, al servicio de las comunidades y con el apoyo de actividades productivas como un instrumento esencial.

### **Medidas Regionales**

- En el Sur-Sureste se requiere tejer redes de instituciones educativas y de investigación con el fin de desarrollar una masa crítica de reflexión, investigación, formación y promoción para el patrimonio tangible e intangible de las comunidades de la región. Esto puede basarse en la primera investigación presentada en este libro.
- En todas las meso-regiones es importante identificar, como se ha hecho aquí para el Sur-Sureste, las capacidades y potencial de las principales ciudades y subregiones, para establecer distritos culturales/creativos.

- En ciudades de clase mundial como México, o con potencial como Guadalajara, Monterrey y Puebla, establecer los mecanismos institucionales (consejos, observatorios, etc.) mencionados más arriba, que permitan identificar potenciales distritos y clusters, concertar y diseñar estrategias coherentes para estos y para la ciudad en su conjunto. Recordemos los procesos de Sevilla y Londres mencionados en este estudio.
- Medidas de apoyo a la creación y/o fortalecimiento de distritos culturales y creativos. Entre ellas, son prioritarias la iniciación de talleres metodológicos entre grupos interesados en la creación de distritos culturales y creativos en sus localidades. En particular entre presidentes municipales y otros funcionarios locales. Es importante iniciar en algunos lugares detectados en este estudio como aquellos en los que existe infraestructura cultural suficiente. Diseñar estrategias para cada uno de estos distritos.
- Medidas de promoción cultural, financiera y mediante infraestructura para Incubadoras de arte o de industrias culturales.
- Fortalecimiento de Centros de Articulación Productiva orientados a actividades productivas culturales como son las artesanías, o las artes escénicas o en aquellas afines como las tecnologías de la información. En los CAPS tradicionales puede darse apoyo a los sectores ligados a la cultura como una línea de trabajo importante.

### **Medidas de Colaboración Internacional para Detonar Procesos:**

Para apoyar las estrategias propuestas existen numerosas experiencias internacionales que pueden aprovecharse, varias de las cuales han sido reseñadas en este documento. De manera ilustrativa se señalan algunas para las que la viabilidad de colaboración inmediata se percibe como elevada.

*Unión Europea.* Consideramos que tres países de la Unión Europea tienen un atractivo para la colaboración internacional en este campo: Francia, Italia y el Reino Unido. Esto se debe a las políticas que siguen en el campo de distritos, centros de patrimonio e industrias y clusters respectivamente. Entre las iniciativas posibles se señalan:

- Una visita de expertos a México a trabajar con expertos mexicanos en la detección de posibilidades de establecer un *distrito cultural* en ciudades como Centro Histórico de la Ciudad de México, San Luis Potosí, Zacatecas o del Sur Sureste, de acuerdo al interés de estas localidades. Pueden ser expertos italianos, británicos y/o franceses.

- Comunicación y visitas de intercambio de experiencias con el Municipio de Roma en el establecimiento práctico y operativo de *librerías de periferia* en esa ciudad, o la *Incubadora* de Cinecittá y la del Espectáculo, Teatro y Música.
- Apoyo al establecimiento de un Observatorio de cultura, territorio e industrias culturales. El Observatorio Culturale del Piemonte/ Fondazione Fitzcarraldo, pueden ser aliados estratégicos.
- Apoyo para un taller a operadores mexicanos de cultura y autoridades locales, orientado a las formas de establecer *redes interinstitucionales de colaboración* y las formas de establecer entendimientos para promover distritos, en particular aplicado a cultura. Puede ser impartido por personal del Formez, organismo público italiano especializado en desarrollo local.
- Los organismos regionales del Reino Unido han venido diseñando políticas regionales para clusters específicos, creemos que pueden tener diálogo con autoridades meso-regionales o estatales mexicanas.

*África.* Por otra parte hemos mencionado experiencias en otras partes del mundo, con las cuales el contacto es importante a fin de poder construir en nuestro país procesos endógenos, pero basados en realidades. Entre estos cabría destacar el ejemplo de *Sudáfrica* en particular en la interrelación entre procesos macro y experiencias pequeñas.

*Organismos internacionales.* Entre estos la UNCTAD, OIT, OMPI, UNESCO y el PNUD empiezan a trabajar sobre las industrias creativas en el sur del mundo. Destaca la fundación del Centro Internacional sobre Economías Creativas, en Salvador, Bahía, Brasil. Debemos tener un lugar importante en ese centro y mecanismos similares con estos y otros organismos internacionales.

Este es el momento del cierre de un libro, pero espero que sea una contribución al diálogo que en la nación necesitamos tanto.



# **BIBLIOGRAFÍA**

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Álvarez, 1960)	Álvarez, José Rogelio	Vidrio soplado		Planeación y Promoción	México	1960
(Álvarez Mora-Valverde, 2004)	Álvarez Mora, Alfonso y Valverde Díaz de León, Francisco	Ciudad, Territorio y Patrimonio, Materiales de Investigación II		Universidad Iberoamericana Puebla/ Universidad de Valladolid	Puebla	2004
(Althabe, 2000)	Althabe, Gerardo	Urbanisation et enjeux quotidiens, L' Harmathan,			Paris	2000
(Amari, 2006)	Amari, Monica	Progettazione Culturale		Franco Angeli	Milan	2006
(Ander-Egg, 2005)	Ander-Egg, Ezequiel	La política Cultural a nivel municipal		Lumen Humanitas	Buenos Aires	2005
(Aranguren, 1977)	Aranguren, José Luis	De la función de un utópico Ministerio de Cultura	El País		Madrid	27de febrero de 1977
(Arizpe, 2004)	Arizpe, Lourdes	El patrimonio cultural intangible en un mundo interactivo	Rosas Mantecón, Ana (coord) Patrimonio Intangible: resonancia de nuestras tradiciones	CONACULTA INAH, ICOM-México, Fundación Televisa, ICOM	México	2004
(Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane, 2005)	Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane	Bando Regione Puglia "Sviluppo Sud"			Bari	2005
(Arroyo-Berumen, 2003)	Arroyo Alejandro, Jesús; Berumen Sandoval, Salvador	(compiladores) Competitividad, Implicaciones para empresas y Regiones.	Universidad de Guadalajara, UCLA, Program on México. Profmex	Juan Pablos	Guadalajara	2003
(Arroyo-Keim, 2001)	Arroyo Alejandro, Jesús; Keim, Carl Dieter	(compiladores) El renacimiento de las regiones	UdeG, UCLA, Program on México	Juan Pablos	Guadalajara	2001
(Ballart y Tresserras 2001)	Ballart Hernandez, Joseph y Jordi Juan Tresserras	Gestión del patrimonio cultural		Ariel	Barcelona	2001
(Barbero, 1991)	Barbero, Jesús Martín	De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía.		Gustavo Gili	México	1991
(Baron, 1996)	Baron, Robert	Anchored in Community – Folk Arts and the Local Arts Agency	Monographs, National Assembly of Local Arts Agencies		Washington	Vol. 5, No.1, Febrero de 1996
(Benhamou, 2001)	Benhamou, Françoise	L'economia della cultura		Il Mulino	Bolonia	2001
(Benhamou, )	Benhamou, Françoise	"Who Owns Cultural Goods?, The care of built heritage	Ginsburg, V. Economics of Arts and Culture	Elsevier,	Rotterdam	2003



REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Berman y Jiménez, 2006)	Berman, Sabina y Jiménez, Lucina	Democracia Cultural	Fondo de Cultura Económica		México	2006
(Bo, 2005)	Bo, Vittorio	Investiamo sul marketing culturale-territoriale	Reset, No. 87, enero-febrero 2005 (p.12-13)	Editore Reset	Milán	2005
(Bianchi, 1999)	Bianchi, Patrizio	Innovación y Territorio, Políticas para pequeñas y medianas empresas.	Centro Lindavista	Juss	México	1999
(Birmingham, 2002)	Birmingham	Creative City: Analisis of Creative industries in the City of Birmingham				2002
(Brumat, 1998)	Brumat, Cristina	L'offerta musicale: un mercato su scala mondiale	Milano '97: Rapporto sulla città (Eugenio Zuccetti, coord.)	Franco Angeli, Fondazione Abrosianeum	Milán	1998
(Carta, 2002)	Carta, Maurizio	L'Armatura dei sistemi culturali locali in Sicilia	Urbanistica Informazioni, n.185		Palermo	2002
(Castells, 2003)	Castells, Manuel	La Galaxia Internet	Citado por Victor Fajnzylber, en "Cultura, Juventud e Internet: la pregunta por el arte como puente cultural" en Fernando Calderón (Coord) ¿Es sostenible la globalización en América Latina? Debates con Manuel Castells" Vol II.	(Bolivia) Santiago	Chile	2003
(Cicerchia, 2002)	Cicerchia, Annalisa	Il Bellissimo Vecchio, una geografia del patrimonio culturale		Franco Angeli/ International Center for Art Economics	Milán	2002
(CONACULTA, 2003)	CONACULTA	Patrimonio Cultural y Turismo, Cuaderno 5		CONACULTA	México, D. F.	2003
(CONACULTA, 2003)	CONACULTA	Patrimonio Cultural y Turismo, Cuaderno 6		CONACULTA	México, D. F.	2003
(CONACULTA, 2004)	CONACULTA	Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales			México, D. F.	2004
(C.N.A.C.T., 2003)	Conferencia Nacional de los Asesores en Cultura y Turismo "Ciudad de la Cultura",	Declaración			Florenia	27 de febrero a 1 de marzo de 2003.

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Cogo, 2005)	Cogo, Margherita	Perché cresce il ruolo della cultura nelle politiche per lo sviluppo economico		Provincia Autonoma di Trento	Trento	28 noviembre de 2005
(Creative Industries, 2005)	Creative Industries Entrepreneurship Task Group	The Role of Higher and Further Education		Department of Culture, Media and Sport	Londres	2005
(Coronado-Hodge , 2004)	Coronado, Gabriela; Hodge, Bob	El hipertexto multicultural en México posmoderno, Paradojas e incertidumbres		Miguel Ángel Porrúa, CIESAS	México, D. F.	2004
(Cuccia, 2003)	Cuccia, Tiziana	Adhesion-Exit: Incentivi e diritti di proprietà collettivi nei distretti culturali	Convenio "Saperi locali, processi di apprendimento e ruolo delle istituzioni"		Cagliari	7-8 noviembre de 2003
(Cultural Industry Committee, 1999)	Cultural Industry Committee	Final report			Helsinki	1999
(Cultural Strategy Group, 1998)	Cultural Strategy Group	Creative South Africa, A strategy for realising the potential of the cultural industries		Department of Arts, Culture, Science and Technology	Ciudad del Cabo	Noviembre de 1998
(Cultural Industries, 1999)	The Cultural Industries Sectoral Advisory Group on International Trade	Canadian Culture in a Global World. New Strategies for Culture and trade		Foreign Affaires and International trade, Canada	Ottawa	1999
(CURDS, 2004)	Centre for Urban and Regional Development Studies, University of Newcastle Upon Tyne	Culture Clusters Mapping and Analysis			Newcastle Upon Tyne	2004
(Dal Pozzolo, 2004)	Dal Pozzolo, Luca	Globalizzazione e politiche culturali: le sfide delle nuove dimensioni urbane	Interacción: Reunión Internacional		Barcelona	4-8 mayo del 2004
(Datar, 2003)	Comité Strategique de la Datar	Une nouvelle politique de développement des territoires pour la France		Datar	Francia	2003
(Davey, 2003)	Davey, Andrew	Cristianismo urbano y globalización		Sal Terrae	Maliaño	2003

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Deidda, 2000)	Deidda, Dolores	Territorio, Publica amministrazione, sviluppo locale	Il Territorio come risorsa, Domenico Cersosimo	Formez/Donzelli	Roma	2000
(Department for Media, Culture and Sport, 1998)	Department for Media, Culture and Sport	Creative Industries Mapping Document		DMCS	Londres	1998
(Dolfma, 1999)	Dolfma, Wilfred	The Consumption of Music and the Expression of VALUES: A Social Economic Explanation for the Advent of Pop Music	American Journal of Economics and Sociology	Blackwell	Oxford y Malden	Octubre de 1999
(Díaz, 1997)	Díaz, Floriberto	"Más que cosas son personas, la geometría comunal"	Revista Ojarasca		México	Noviembre de 1997
(Dreeszen, 1998)	Dreeszen, Craig	Community Cultural Planning, A guidebook for Community leaders		Americans for the Arts	Washington, D.C.	1998
(Fajnzylber, 2003)	Fajnzylber, Victor	Cultura, Juventud e Internet: La Pregunta por el Arte como puente cultural	Calderón, Fernando ¿Es sostenible la globalización en América Latina?	Fondo de Cultura Económica	México	2003
(Flores-Ricaño-Cuatlayol, 2001)	Flores González, Sergio; Ricaño Peláez, Edgar; Cuatlayol Flores, Alfonso	Políticas para el Desarrollo de los Centros Históricos de México		H. Ayuntamiento del Municipio de Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Puebla	2001
(Ferreira, 2004)	Ferreira, Héctor	Por una aproximación regional a la formulación y gestión de políticas públicas en México	Centro Lindavista, Colegio Mexiquense, Colegio de Tlaxcala , Colegio de Puebla, UdeG		México	2004
(Florida, 2004)	Florida, Richard	America's Looming Creativity Crisis	Harvard Business Review	Harvard University	Boston	Octubre de 2004
(Frost-Kumpf, 1998)	Frost-Kumpf, Hilary Anne	Cultural Districts, The Arts as a strategy for Revitalizing our Cities		Americans for the Arts	Baltimore	1998

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(García Canclini-Moneta, 1999)	García Canclini, Néstor y Moneta, Carlos (coordinadores).	Las Industrias culturales en la integración latinoamericana		Eudeba-SELA	Buenos Aires	1999
García Canclini y Piedras (2006)	García Canclini, Nestor y Ernesto Piedras Fera	Las Industrias Culturales y el desarrollo de Mexico		Siglo 21	México	2006
(Gerl, 2000)	Gerl, Ellen	Incubating the Arts		NBIA Publications	Washington	2000
(Gobierno de Italia)	Gobierno de Italia:	CODICE DEI BENI CULTURALI E DEL PAESAGGIO			Roma	2002
(Goulet, 1989)	Goulet, Denis y Kwan S. Kim	Estrategias de Desarrollo para el Futuro de México		ITESO	Guadalajara	1989
(Grandinetti y Moretti)	Grandinetti, Roberto y Moretti, Andrea	Verso una teoria manageriale del valore dell'arte e Della cultura nei contesti territoriali	Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico-culturali	Franco Angeli	Milán	2004
(Greffé, 2004)	Greffé, Xavier	La Valorisation Economique du Patrimoine		La Documentation Francaise	Paris	2004
(Guevara Niebla-García, 1992)	Guevara Niebla, Gilberto y García Canclini, Néstor	La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio		Nexos/ Nueva Imagen	México	1992
(Guzmán, 2000)	Guzmán Cárdenas, Carlos	Dragnósheo de las Industrias Culturales y Comunicacionales en Venezuela		Innovatec-Innovaarium, Inteligen de Eutono, C.A.	Venezuela, Innovadera gou, ve	2000
(Jiménez, 2004)	Jiménez López, Lucina	Patrimonio, artes escénicas y políticas públicas	Rosas Mantecón, Ana (coord) Patrimonio Intangible: resonancia de nuestras tradiciones	CONACULTA_INAH, ICOM-México, Fundación Televisa, ICOM	México	2004

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Kakiuchi, 2005)	Kakiuchi, Emiko	Nagahama, Revitalization of the City by Artistic and Cultural Initiative		www.trentinocultura.net	Trento	2005
(Karen Lawson, 2004)	Karen Lawson	Libraries in the USA as traditional and virtual "third places"	New Library World, Volume 105, Number 1198/1199, pp. 125-130		Internet	2004
(Kliksberg, 2000)	Kliksberg, Bernardo	El rol del capital social y la cultura en el proceso de desarrollo	Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini, Capital Social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo	BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland, Fondo de Cultura Económica	Washington, México	2000
(Koivunen, 1998)	Koivunen, Hannele Tanja Kotro	Value chain in the cultural sector	Texto presentado a la Conferencia de la Association for cultural Economics International		Barcelona	1998
(Kratke, 2003)	Kratke, S.	"Global Media Cities in a worldwide urban network.	Globalisation and World Cities Study Group and Network, Research Bulletin 80.		Internet	2003
(Krotz, 2003)	Krotz, Esteban	El estudio de la cultura en la antropología mexicana reciente: una visión panorámica	Los Estudios Culturales en México (José Manuel Valenzuela Arce, coord.) p. 80-115.	Fondo de Cultura Económica	México	2003
(Landry, 2000)	Landry, Charles	The creative city: a toolkit for urban innovators		Comedia/Earthscan	Londres	2000
(Lazzeretti, 2005)	Lazzeretti, Luciana	Città d'arte e musei come "luoghi di significati" una possibile risposta alle sfide della surmodernità	Economia e Política Industriale, 1/2005	Franco Angeli/ International Center for Art Economics	Milán	2005
(Leadert en France, 2006)	Leadert en France	Vademécum pour un projet culturel du territoire		www.una-leader.org	Francia	2006

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Leff, 2001)	Leff Z., Enrique	Naturaleza Cultura y desarrollo regional	Cultura y Política en el Desarrollo Regional de México, (Margarita Camarena Luhrs, Coord.)	Universidad de Guadalajara, El Colegio Mexiquense	Guadalajara	2001
(Leon-Trimarchi, 2005)	Leon, Paolo; Trimarchi, Michele	Economía della cultura, l'anello mancante	Reset, No. 87, ene-feb 2005, (p.16-19)	Editore Reset	Milán	2005
(López, 2003)	López Levi, Liliana	Geografía cultural y postmodernidad: nuevas realidades y metodologías	Olivera, Patricia E. Espacio Geográfico, Epistemología y diversidad	UNAM-Facultad de Filosofía y Letras	México	2003
(Maillé y Barraza, 2004)	Maillé, Mauricio; Barraza, Cecilia	Memoria y Territorio: detonantes de lo intangible, Tres instantáneas	Rosas Mantecón, Ana (coord)  Patrimonio Intangible: resonancia de nuestras tradiciones	CONACULTA_INAH, ICOM-México, Fundación Televisa, ICOM	México	2004
(Martínez Peñaloza)	Martínez Peñaloza, Porfirio	Arte Popular y Artesanías artísticas en México		JUS	México	1978
(Martínez, 2002)	Martínez Quezada, Alvaro	Cultura, territorio e identidades sociales en la Frailesca, Chiapas	En <i>Memoria</i> , pag. 6.		México	Marzo del 2002
(Mayor of London, 2004)	Mayor of London	London Cultural Capital: Realizing the Potential of a World class city			Londres	Abril del 2004
(Mayor, 1998)	Mayor, Federico	La diversité creative		UNESCO	Paris	1998
(Mejía, 2004)	Mejía Lozada, Diana Isabel	La Artesanía de México: Historia, mutación y adaptación de un concepto		El Colegio de Michoacán	Zamora, Michoacán	2004

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Miguel, 2001)	Miguel Velasco, Andrés E.	Caos, la otra cara del desarrollo: el caso de Oaxaca	Cultura y Política en el Desarrollo Regional de México, (Margarita Camarena Luhrs, Coord.)	Universidad de Guadalajara, El Colegio Mexiquense	Guadalajara	2001
(MKW, 2001)	MKW GmbH	Exploitation and development of the job potential in the cultural sector in the age of digitalization			internet	2001
(Needleman, 1993)	Needleman, Carla	The work of craft		Kodansha International	Nueva York	1993
(Niebuhr, 1941)	Niebuhr, Richard	The meaning of revelation		Macmillan Co	Nueva York	1941
(OCDE, 2005)	OCDE	Culture and Local Development		OCDE	Paris	2005
(Piedras, 2001)	Piedras Feria , Ernesto	"¿Cuanto vale la Cultura? Contribución Económica a las Industrias protegidas por Derecho de Autor en México"		CONACULTA	México	2004
(Pilcher, 2001)	Pilcher, Jeffrey M.	¡Vivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad mexicana		Ediciones de la Reina Roja, Ciesas, Conaculta	México, D.F.	2001
(Piore, 2002)	Piore, Adam	Cómo construir una ciudad creativa	Newsweek en español			4 de septiembre del 2002
(PNUD, 2005)	PNUD	Libertad cultural en el mundo diverso de hoy.	Informe de Desarrollo Humano.		Nueva York	2005
(Polese, 1998)	Polese, Mario	Economía Urbana y Regional		LUR	Cartago	1998
(Prieto, 2005)	Prieto, Abel	La cultura como forma de crecimiento	MEMORIA 192, pag. 44-47.		México	Febrero 2005

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Ramírez, 2003)	Ramírez Velázquez, Blanca Rebeca	Modernidad, posmodernidad, globalización y territorio: un recorrido por los campos de las teorías		UAM-Xochimilco, Miguel Ángel Porrúa	México	2003
(Rist, 2000)	Rist, Gilbert	La cultura y el capital social ¿cómplices o víctimas del desarrollo?	Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini, Capital Social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo	BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland, Fondo de Cultura Económica	Washington, México	2000
(Rosas, 2004)	Rosas Mantecón, Ana (coord)	Patrimonio Intangible: resonancia de nuestras tradiciones		CONACULTA, INAH, ICOM-México, Fundación Televisa, ICOM	México	2004
(Reygadas, 2002)	Reygadas, Luis	Ensamblado Culturas: Diversidad y Conflicto en la globalización de las Industria		Gedisa	Barcelona	2002
(Rullani, 2001)	Rullani, Enzo	"New/net/knowledge economy: le molte facce del postfordismo",	en Economía e Política Industriale, n.110	Franco Angeli	Milán	2001
(Safran y Máiz, 2002)	Safran, William y Máiz, Ramón	Identidad y autogobierno en sociedades multiculturales		Ariel Ciencia Política	Barcelona	2002
(Sánchez, 2006)	Sánchez Ruiz, Enrique	Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas	Innovatec-Innovarium, Inteligencia de entorno, C. A.		Innovatec.org Venezuela	2006
(Saviñón, 2002)	Saviñón, Adalberto	Solidaridad y Ciudadanía en la era de la globalización	Centro Lindavista		México	2002
(Scheff y Kotler, 1996)	Scheff, Joanne y Philip Kotler	"How the Arts Can Prosper Through Strategic Collaborations	<i>Harvard Business Review</i>			Enero-Febrero 1996



REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Scott y Storper, 1992)	Scott, Allen y Michael Storper	+ Industrialization and Regional Development	Pathways to industrialization and regional development		Londres Routledge	1992
(Scott, 2000)	Scott, Allen J.	The Cultural Economy of Cities.		SAGE	Londres	2000
(Sevilla, 1998)	Sevilla, Amparo	Los salones de baile: espacios de ritualización urbana	Néstor García Canclini, Cultura y comunicación en la ciudad de México	UAM-Iztapalapa y Editorial Grijalbo	México	1998
(Siza, 2002)	Siza, Remo	Progettare nel sociale		FrancoAngeli	Milán	2002
(Sorkin, 2004)	Sorkin, Michael	Variaciones sobre un parque temático		Gustavo Gili	Barcelona	2004
(Sosnowski, 2000)	Sosnowski, Saul	Apuestas culturales al desarrollo integral de América Latina	Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini, Capital Social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo	BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland, Fondo de Cultura Económica	Washington, México	2000
(Taylor, 2004)	Taylor, Charles	Modern Social Imaginaries		Duke University Press	Durham2004	2004
(Tresserras)	Tresserras, Jordi Juan	La tematización cultural de las ciudades como estrategia de desarrollo a través del turismo	Portal Iberoamericano de Gestión Cultural		www.gestioncultural.org	

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Triglia, 2001)	Triglia, C.	Patti per lo sviluppo locale: un esperimento da valutare con cura	Stato e mercato, n.63		Milán	2001.
(UNCTAD, 2002)	UNCTAD	Audiovisual Services: Improving Participation of developing countries	UNCTAD /TD/B/Com.I/ EM.20/2		Ginebra	2002
(Valenzuela, 2003)	Valenzuela Arce, José Manuel	Introducción (p.15-33)	Los Estudios Culturales en México (José Manuel Valenzuela Arce, coord.)	Fondo de Cultura Económica	México	2003
(Valentino, 2003)	Valentino, Prieto	Letrame del Territorio. Politiche disuilluppo dei sistema territoriali e distretti culturali		Sperluge Kupfer	Milán	2003
(Valentino, 2001)	Valentino, Prieto	La Cultura riparte dai distretti	Reset. No. 87	Reset	Milán	2005
(UNAM-Canacintra, 2003)	UNAM-Canacintra, Col. de Tlaxcala, Gobierno de Tlaxcala	Soberanía y Desarrollo Regional: El México que queremos		Universidad Nacional Autónoma de México	México	2003
(UNESCO y Scott,2000)	UNESCO	Culture, Trade and Globalization				2000
(UNESCO,2003)	UNESCO	Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial			París 17 de Octubre	2003
(Valenzuela, 2003)	Valenzuela Arce, José Manuel	Persistencia y cambio de las culturas populares (p.208-260)	Los Estudios Culturales en México (José Manuel Valenzuela Arce, coord.)	Fondo de Cultura Económica	México	2003

REFERENCIA	AUTOR	TITULO	EN	EDITOR	LUGAR	FECHA
(Veltroni, 2005)	Veltroni, Walter	Senza lo Stato nessun futuro per il talento	Reset, No. 87, enero-febrero 2005 (p.80-81)	Editore Reset	Milán	2005
(Viladevali, 2001)	Viladevali i Guasch, Mireia (coord)	Ciudad, Patrimonio y Gestión		BUAP	Puebla	2001
(Viladevali, 2004)	Viladevali i Guasch, Mireia	Gestión del patrimoni cultural: Realidades y retos		BUAP	Puebla	2004
(Viladevali, 2003)	Viladevali i Guasch, Mireia	Wolton, Dominique		BUAP	Puebla	2003
(Virassamy, 2002)	Virassamy, Catharine	Les poles d'économie du patrimoine.		DATAR La documentation Française	La documentation Française, Paris	2002
(Williams, 1992)	Williams, Raymond	Cultura		Paz e Terra	Sao Paulo, Brasil	1992
(Wolton,2004)	Wolton, Dominique	La otra mundialización		Gedisa	Barcelona	2004
(World Heritage Convention, 1972)	World Heritage Convention	Definition of the cultural and natural heritage				1972.
(Zacatecas,1990)		Homenaje a Federico Sescosse		Gobierno del Estado de Zacatecas	Zacatecas	1990
(Zanetti, 2003)	Zanetti, Leonardo	Sistemi locali e investimenti culturali	Aedon Rivista di arti e diritto on line: número 2			2003
(Zubiría, 2001)	Zubiría Samper, Sergio; Abello Trujillo, Ignacio y Tabares, Marta	Conceptos básicos de administración y gestión cultural		OEI	Madrid	2001

