

Dimensiones económicas de la cultura y el desarrollo local

Reflexiones para una primera aproximación

Tania García Lorenzo ¹

La cultura y el desarrollo²

La identidad nos dice quiénes somos, la independencia nos dice quiénes podemos ser y la construcción social del futuro nos dice quiénes quisiéramos ser. Sin embargo, es un proceso difícil y complejo arribar a la convicción de que se es parte de un todo pero con peculiares diferencias. Ese reconocimiento está ausente en las políticas públicas de muchos países, y es de relevancia registrarlo porque sin dar la razón a la diversidad es imposible pensar en alcanzar el mejoramiento humano.

El no reconocimiento de la diversidad es a todas luces conveniente a la simplificación y al ejercicio discrecional del poder. Y su reconocimiento es condición y al propio tiempo expresión de la necesidad de que el territorio sea la plataforma del progreso y deje de ser receptor de políticas centrales o propiciador de caminos accesorios.

Generalmente es aceptada la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos que caracteriza el modo de vida de una sociedad, está presente en el pensamiento y en el sistema de valores materiales y espirituales de la civilización toda. También se reconoce que la cultura es el conjunto de conocimientos que permite desarrollar un juicio crítico, que distingue en un ser humano la capacidad de pensar, en sí mismo y en la humanidad, de pensar en su futuro y en el futuro que trascienda su propia existencia. La cultura es, por tanto, expresión del proceso permanente de realización humana en todas sus formas y plenitud.

Ese proceso se produce en un área de profunda confrontación, en tanto la cultura es expresión de la polarización que existe entre las percepciones del mundo y su devenir, entre los diversos y multiformes enfoques del ser y el deber ser de la humanidad. No puede ser de otra manera porque la dominación y, más aún, la aceptación de la dominación es ante todo un fenómeno cultural, y por ello la soberanía, la independencia y la autodeterminación individual y social que se le contraponen son también, ante todo, un fenómeno cultural. La creación artística y literaria se expresa en soportes materiales de diversa índole, proceso productivo que aporta dinámicas propias al acto creativo, y las obras, según su calidad, adquieren una condición permanente o relevante y son o no trasladadas de generación en generación por diversas vías y medios.

Generalmente, se identifica al desarrollo con el propósito del bienestar del ser humano, desde una concepción multidimensional e integral de prosperidad física, mental y social y que comprende lo material y lo espiritual, lo presente y lo futuro, su vida y la del medio que le rodea. Cuando se considera el desarrollo como *el sentido de realización de la vida humana bajo sus múltiples formas y en su totalidad*, entonces la cultura que exprese el mayor sentido humanista será el objetivo y la finalidad misma del desarrollo. Por tanto, una estrategia cultural del desarrollo im-

¹ DOCTORA EN CIENCIAS ECONÓMICAS. INVESTIGADORA AGREGADA DEL ICIC JUAN MARINELLO. SE OCUPA DE TEMAS RELACIONADOS CON ECONOMÍA DE LA CULTURA. tania.luis@cubarte.cult.cu

² LA AUTORA AGRADECE A LA OFICINA REGIONAL DE LA UNESCO EL RESPALDO PARA LA CONFECCIÓN DE ESTE ARTÍCULO.

plica que la nación ha de tener como propósito la dignificación material y espiritual del individuo, la preservación de su memoria histórica acompañada de una visión de futuro próspero, sentido de pertenencia e identidad social comprometidos con su entorno.

Esa identidad evoluciona y se transforma con el impacto del propio desarrollo económico y con el cambio generacional. Es por tanto un concepto dinámico y no estático; es un concepto mutable, con multiplicidad de expresiones. Ello ha sido reconocido en la definición de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales cuando afirma que:

La “diversidad cultural” se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.³

El reconocimiento de la diversidad creativa pasa por reconocer también los modos de estar en la vida económica, los modos de relacionarse con la producción y la forma en que ese desarrollo económico se produce. Particular fuerza tiene en este análisis cómo impactan las distintas nociones de participación en el esfuerzo del desarrollo que ha tenido y tiene cada colectivo social. Y es que cada época histórica se caracterizó por un modo de produc-

ción que se correspondía con un sistema de poder establecido; pero sobre todo por un desarrollo cultural y, consecuentemente, de valores que le propició esa evolución. Y como esas relaciones se producen a escala nacional e internacional, se ponen en evidencia también las relaciones de poder, donde entran en juego los múltiples vínculos políticos, económicos y culturales que se establecen entre las sociedades, desde distintas capacidades de aproximación a esas relaciones, lo que ha provocado en ocasiones la preeminencia de unas tendencias sobre otras.

Mediada por intereses económicos y políticos de diversa índole, esa supremacía ha provocado en ciertos campos la tendencia a la homologación de expresiones, manifestaciones y consumos, lo que, resultando funcional a la mayor revalorización de capitales mediáticos, a su vez entorpece la evolución natural de cada sociedad que ve desplazados sus dones propios, fuente de su progreso endógeno y creatividad autóctonas. Incluso es necesario tener en cuenta además cómo la transnacionalización de los procesos productivos ha ido propiciando la introducción de cambios en los diseños de la oferta, reconociendo las particularidades de los hábitos, costumbres y preferencias de los consumos en los grandes conglomerados poblacionales que se constituyen en potenciales consumidores.

No se trata por tanto de la producción de bienes y servicios culturales propiamente; sino de apreciar, por una parte, las estructuras de propiedad que la propicia —y, consecuentemente, del proceso de apropiación del excedente que generan— y, por la otra, del mensaje cultural que subyace en el producto creativo que se territorializa y que sirve a los intereses de dominación ideológico-cultural. La competitividad espuria que se manifiesta en muchos sectores de la economía está relacionada con la subvaloración del apor-

³ <[HTTP://PORTAL.UNESCO.ORG/CULTURE/ADMIN/EV.PHP?](http://portal.unesco.org/culture/admin/ev.php?URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL)
[URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL](http://portal.unesco.org/culture/admin/ev.php?URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL)

te del trabajo a la renta; pero en el caso de la cultura se pone en evidencia cuando desde grandes esferas promocionales se impulsa el consumo masivo de prácticas culturales embrutecedoras y banales en la búsqueda de una masiva aceptación y, con ello, de generar mayores ingresos.

No debiera tampoco simplificarse el análisis del comportamiento de los grandes capitales mediáticos cuando se generaliza que todos actúan de esa forma superficial en todas las áreas geográficas y manifestaciones artísticas. Las expresiones de la cultura que más capacidad de acumulación manifiestan y los grupos mediáticos que han obtenido una mayor revalorización de sus capitales lo hacen apropiándose de las producciones que más jerarquía cultural pueden ostentar y lo conciben precisamente a partir de que poseen una clara identificación de las que pueden generar ganancias temporales y las que incrementan las riquezas con mayor perdurabilidad. Pero el capital como relación social no tiene frontera ni preferencias éticas y estéticas, por ello invierte en las producciones de rápida rotación y diversifica las fuentes de ingreso, consciente de que las estrellas artificialmente creadas son fugaces; al propio tiempo que invierte en las que se revalorizan con el tiempo, precisamente por la perdurabilidad de su calidad y jerarquía cultural. En este último grupo se inscribe con particular fuerza la plástica y la artesanía ornamental; aunque en cada manifestación artística pueden encontrarse ejemplos de ambos comportamientos.

Por ello, la defensa del respeto a la diversidad cultural no puede verse asociado exclusivamente a sus manifestaciones en el campo del arte y la literatura, ni tampoco al reconocimiento de los derechos de las minorías étnicas, raciales, religiosas, o de otro segmento social. Concebir la cultura como la esencia misma del desarrollo sitúa el objetivo del respeto y preservación de la diversidad cultural como un objetivo prioritario en tanto esa diversidad cultural sea, al propio

tiempo, respeto a la diversidad social, a la soberanía y la independencia nacional, derechos todos consagrados por las Naciones Unidas como derechos inalienables. Preservar esa diversidad sociocultural constituye el desafío mayor de la civilización, en tanto establece la base a partir de la cual se han de integrar todas las fuerzas que generen el bienestar, y eso solo se alcanza con una concepción cultural integradora del desarrollo.

La humanidad ha ido alcanzado conciencia creciente de la urgencia de producir acciones concertadas a fin de asegurar la promoción, la defensa y el fortalecimiento de la diversidad cultural. Muestra de esa voluntad fue el largo proceso de negociaciones que culminó con la firma de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, durante la 33 sesión de la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), efectuada en octubre de 2005, que provee de un instrumento jurídico que facilita y apoya los intercambios culturales sobre la base de la igualdad de oportunidades para todos los países, así como del respeto y el diálogo entre las distintas culturas.

Parte importante del debate que hoy predomina acerca de la diversidad cultural se coloca precisamente en la dicotomía que se manifiesta cuando se contraponen la lógica liberalizadora del mercado —dominado por grandes poderes mediáticos que operan impulsados por la necesidad de controlar el consumo cultural a gran escala para obtener la revalorización del capital— frente a la imperiosa necesidad de preservar el ciclo creación-consumo de la cultura nacional de cada uno de los países, que debe ser protegida y asegurada desde las regulaciones del Estado. Un eslabón fundamental de la preservación de esa diversidad se manifiesta en la cultura que emerge del sujeto social y de cómo refleja en su construcción cultural cotidiana, su realidad y su perspectiva de vida.

La relación entre la cultura y la economía

La apreciación del vínculo entre la cultura y la economía ha estado atravesada por múltiples valoraciones, en muchas ocasiones contradictorias, y no puede esperarse que sea de otra manera, al estar frente a un fenómeno complejo y diverso, surcado por comportamientos a ratos discordantes. Desde el ámbito de la creación artística y literaria, durante mucho tiempo existió la tendencia a asumir la economía de la cultura como un componente utilitario. También existió la tendencia, desde el ámbito de la economía, a apreciar la cultura como un gasto o como un sector económico de alto riesgo beneficiada por altas tasas de ganancias y propicia a estructuras monopólicas u oligopólicas por los capitales transnacionales. Para ambas partes la apreciación de las influencias recíprocas ha ido evolucionando con un mutuo reconocimiento de los impactos correspondientes en cualquiera de las fases de los ciclos que ha debido y deberá recorrer.

La relación entre la economía y la cultura es compleja, recíproca, multicausal y multidimensional. Las áreas de análisis que vinculan estos dos ámbitos de reflexión de las ciencias sociales, así como los conceptos a ellos asociados, han provocado las más disímiles interpretaciones, lo que se agudiza por la existencia de múltiples escuelas de pensamiento en cada uno de estos campos.

Las artes y la literatura, como manifestaciones de la cultura, muestran una amplia gama de relaciones con la economía que se aprecian en la sustentación material de la creación artística y en la intencionalidad de la producción cultural y los criterios que determinan los procesos de distribución y consumo cultural. Esta relación tendrá diferencias sustanciales en criterios y prácticas, según el marco institucional esté ubicado en el ámbito público o privado, también si el consumo es masivo o se realiza a través del mercado.

Cada vez es más evidente que las actividades del arte y la literatura al propio tiempo se constituyen en un fenómeno económico de relevancia, que moviliza y genera cuantiosos recursos, crea riqueza y ganancia, demanda empleos, tanto de baja como de alta calificación, estimula el mercado nacional e internacional y es objeto de inversiones crecientes, tanto para la conservación de bienes patrimoniales como para la innovación tecnológica. Las denominadas industrias culturales (en cualquiera de sus múltiples acepciones) se caracterizan internacionalmente por una extraordinaria dinámica, se encuentran entre las de mayor ritmo de crecimiento (Stolovich) en la economía mundial, y se distinguen por ser de alto riesgo y altas tasas de ganancias.

Son industrias con particularidades para la determinación de su contenido de valor. David Throsby provee una vasta explicación de la diferencia entre valor cultural y económico, (2001) donde reconoce la particular importancia de la existencia de una sobreoferta cultural, para determinar el valor económico de la cultura, o sea, la creación cultural es superior a la que puede absorber el mercado, razón por la cual los criterios de valorización por los compradores tienen un impacto muy superior a cualquier otro bien o servicio, y la influencia en la formación de la demanda gana una relevancia particular para el ejercicio del control monopólico del acto de intercambio.

El territorio, el municipio, la localidad, ¿factor o complemento?

El desarrollo es una combinación del bienestar material y espiritual que debe proporcionar el disfrute de determinados niveles de vida presente y el progreso que garantiza los niveles de acumulación para proporcionar el bienestar

futuro, en armonía con el entorno. El punto de partida de este proceso para un espacio dado lo constituye el conjunto de recursos (naturales, históricos, culturales, humanos, tecnológicos, económicos, institucionales y materiales) que forma su potencial de desarrollo, el cual está ubicado en los territorios, las localidades y las regiones que se asocian para alcanzarlo. En función de cómo se desarrolle ese potencial y la organización del sistema institucional bajo el cual se ejecute, se podrán desplegar y rendir los frutos del beneficio social.

La relevancia del desarrollo local y endógeno está fuera de toda duda, o sea, no se trata de un desarrollo que contemple proyectos comunitarios; sino que el desarrollo parta de la comunidad, teniendo lo local como base y sustentación porque es ahí donde se desarrolla la vida de los seres humanos. Son los proyectos comunitarios los que tienen un mayor impacto en la vida cotidiana de las personas, en la cristalización de sus aspiraciones y en la recuperación de su autoestima cuando proyectos globales la afectan al estar alejados de sus necesidades y realizaciones.

La relevancia de la economía local, territorial y regional no es un tema de larga data, sobre todo cuando se compara con los análisis acerca de los procesos históricos de desarrollo. Sin embargo, en las últimas décadas ha ganado fuerza y en las reflexiones al respecto tiene particular espacio el cuestionamiento a la absoluta centralidad y, en consecuencia, la búsqueda de una mayor descentralización; el alcanzar mayores atribuciones y competencias —entendiendo por tal la capacidad de gestión y apropiación—, pero en especial la búsqueda del desarrollo local, ha tenido en sus múltiples contenidos la movilización de recursos, la mejora en las distribuciones del ingreso, el fomento de empleo, la prestación de servicios de apoyo a grupos poblacionales, entre otros múltiples.

Sin embargo, la introducción de estos conceptos involucra discutir y someter a juicio el tipo de desarrollo que se quiere alcanzar y las vías y medios para lograrlo. No se trata por lo tanto de asumir la territorialidad o la regionalización como componentes instrumentales de políticas socioeconómicas, sino de considerar el territorio como actor fundamental en la gestación de recursos y del disfrute del beneficio porque, en última instancia, es en los territorios donde se reproduce el recurso fundamental de la acumulación socioeconómica que es el ser humano, y es en el territorio donde el ser humano vive y se reproduce.

Si la estrategia nacional se constituye tomando como componente fundamental los territorios, el proceso tiene que vincular las estructuras productivas nacionales con el territorio y viceversa. Una estrategia de este carácter necesita políticas inductoras de la cooperación horizontal, flexibilidades en la estructura y mecanismos de funcionamiento del sistema empresarial que tengan en cuenta estas prioridades. No todo crecimiento económico es positivo —y la práctica económica ha demostrado que bajo distintos modelos económicos han existido crecimientos empobrecedores—, especialmente cuando no se ve reflejado en el nivel de vida de la sociedad que lo gesta.

Vázquez Barquero señala que:

Cuando la comunidad local es capaz de utilizar el potencial de desarrollo y de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominar desarrollo local endógeno o simplemente desarrollo endógeno: el concepto se apoya en la idea de que las localidades y territorios disponen de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo. (Vázquez, en León, 2004)

Así las cosas, todas las fuentes del desarrollo que vienen desde fuera del territorio deberían integrarse a este y ser utilizadas para ampliar su bienestar. La gestión del desarrollo desde la endogeneidad se constituye por tanto en un proceso que surge desde los territorios, pero que debiera ser estimulado y protegido por el Estado Nacional a partir del diseño de las políticas públicas que tengan como objetivo la búsqueda de articulación sectorial y eficiencia productiva interna en sus sistemas productivos y mercados locales. Considerando entre los factores fundamentales del desarrollo, en primer lugar, a los seres humanos como actores y gestores del desarrollo y, en segundo lugar, al sistema productivo territorial, entendiendo por tal todo el entramado productivo del territorio que, estructurado en un sistema reticular forme un entorno flexible que permita establecer las conexiones imprescindibles para el aprovechamiento máximo de todos los recursos.

La pérdida de importancia de los territorios y la búsqueda de una homogenización del espacio y uniformación de los procesos de desarrollo hoy está siendo cuestionada porque el desarrollo, visto a través de una aproximación multidimensional e integral, no puede alcanzarse desconociendo las dimensiones y definiciones que cada pueblo formula acorde con su cosmovisión del mundo y de la vida. El desarrollo local puede contribuir a alcanzar una respuesta alternativa al control monopólico u oligopólico del capital transnacional, que en su sofisticación reconoce ya en su oferta las particularidades de cada territorio, nación y región, adaptando los procesos productivos a los requerimientos de su demanda. Se trata de contemplar el territorio como un actor principal del desarrollo económico y no como un mero espacio o marco de las actividades económicas o sociales.

Es por ello que resultaría necesario aproximarnos al desarrollo local desde la cultura a partir de dos perspectivas: cuán-

to contribuye la cultura al desarrollo del territorio en tanto fuente y expresión del sistema de valores y cuánto como fuente y expresión de recursos económicos.

Es la cultura la que aporta el sentido de pertenencia, porque refracta el sistema de valores éticos y morales cualquiera que sea la matriz ideológica a la que esté acogida. Toda cultura no es independencia ni refiere nuestra percepción de virtud. La cultura de la dominación es avasalladora y también puede estar, y de hecho está, en la vida del territorio con una fuerza dominante. Puede decirse que el territorio es un espacio fundamental del llamado “arte sociológico” (Acosta, 2007: 4-7) porque siempre reflejará la realidad que le sirve de entorno.

La generación de la producción simbólica, la transmisión, conservación y reciclaje de la información, del conocimiento, las experiencias y la cultura van a determinar no solo la configuración de los espacios sino las bases de su competitividad a medio y largo plazo. La gestión de la producción simbólica, por tanto, deviene en un elemento estratégico en la definición de la trama de jerarquías territoriales aún en mayor medida que la disposición de los medios de producción. (Rosell y Carrasco)

Una ciudad, un territorio culto es, a no dudar, un territorio con mayores atributos para la creatividad en sus distintas acepciones y manifestaciones.

Por ello, todo diagnóstico territorial ha de incorporar el análisis de sus recursos simbólicos y la observación de sus modos de generación, producción, consumo, así como la conservación y reciclaje de su propia creación simbólica. Y este es un componente relevante cualquiera sea la estrategia de desarrollo y el modelo económico que se aplique y actúe sobre la realidad territorial, ya sea el territorio o la nación el eje del desarrollo.

Un país que no defienda la diversidad de sus territorios es más susceptible de

ser sometido a las influencias de la avasalladora práctica cultural banal y paralizadora que se despliega desde algunos capitales mediáticos.

Ejemplos de la cultura como fuente de recursos económicos

Hoy las naciones del continente buscan nuevos caminos que contribuyan a dinamizar sus economías. Ya existe un convencimiento de que no se trata solo de repartir el cada vez más pequeño excedente que se genera, sino de producir una gestación del excedente de forma diferente.

Un verdadero proyecto social que se plantea dignificar al ser humano no puede ser asistencialista, sino socialmente reproductivo. Es el trabajo el que dignifica al ser humano cuando logra alcanzar su bienestar con su propio esfuerzo. Ese es el verdadero empoderamiento.

En tal dirección es necesario producir una movilización profunda de los factores que generan la riqueza y esto parte desde lo local. Entender la cultura como gestor de recursos lleva implícito el reconocimiento de la condición de sector económico al proceso integrado que sincroniza creación, producción, distribución, cambio y consumo. La producción de bienes y servicios culturales puede contribuir a la economía del territorio y de la nación en su conjunto.

El producto o servicio cultural ha de servir de mecanismo de ensayo-error de su creación, que siendo expresión del imaginario de los creadores no se convierte en bien y servicio cultural hasta que no pasa por el ciclo integrado que le permite confrontar su acto creativo en el consumo. Tanto en el ámbito de la producción de bienes como en el de los servicios existen muestras fehacientes de las potencialidades que la creación cultural comunitaria tiene para las economías de los territorios. Veamos, pues, dos ejemplos ilustrativos de las potencialidades que la economía de la cultura pudiera tener en los territorios y localidades.

Algunos comentarios iniciales y generales sobre el mercado de artesanías

La generalidad de las aproximaciones, tanto indulgentes como satanizantes, al mercado mundial de los bienes y servicios culturales se encuentra dominada por la percepción de que toda la economía de la cultura es, a no dudar, las industrias culturales, monopolizadoras del mensaje cultural y de los recursos que promueve. Incluso en ocasiones pareciera que el único mensaje cultural que circula proveniente de la industria cultural es banal y paralizante y ello no permite identificar que son las relaciones de propiedad las que determinan la dominación y la dependencia, y no los instrumentos de que se sirve para llevarlos a cabo. Los símbolos de la cultura popular y de la identidad de nuestros pueblos que se comercializan no necesariamente están producidos en sus lugares de origen, porque las formas de dominación y de supeditación al capital son mucho más sofisticadas.

Cuando se estudian las estadísticas disponibles acerca de los mercados mundiales de bienes y servicios culturales se aprecia un altísimo nivel de concentración que supera el 80% entre los diez mayores exportadores, lo que evidencia una estructura oligopólica con una alta presencia de los países desarrollados, que utiliza estos espacios de producción para cubrir sus múltiples necesidades de empleo y cualquier espacio de revalorización de sus capitales.

El mercado mundial de estatuillas de madera movió 838.7 millones de USD y América Latina y el Caribe solo participaron en un 1,1%, mientras México aportó el 52% de esa cifra y Costa Rica el 8,9%. Aunque participaron 18 países del continente en ese mercado exportador, el 85% de esa participación estuvo reunida en cinco países, lo que demuestra la alta concentración de unos y la pobre participación del resto.

De Centroamérica estuvieron presentes además El Salvador, Guatemala y Nicaragua, y del Caribe participaron seis países. En el mercado mundial de estatuillas de cerámica se generaron ingresos por 925.8 millones USD en 2006, y América Latina y el Caribe solo participaron en un 5,4%. México recibió el 80% de esos ingresos y el 98% lo recibieron seis países, a saber: México, Perú, República Dominicana, Colombia, Uruguay y Brasil. De Centroamérica estuvieron Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Panamá, y del Caribe cinco países recibieron ingresos desde ese mercado. El mercado mundial de calzado de sandalias de cuero movió 162.4 millones de USD en 2006 y América Latina solo participó en un 1,2%, con la presencia de solo cinco países: Brasil, México, Honduras, Guyana y Barbados.

El mercado mundial de joyas de plata generó en 2006 más de 3.366 millones de dólares y solo el 3,6% ingresó a los latinoamericanos y caribeños. Un análisis de 12 productos de la artesanía ornamental y utilitaria reveló que estos recaudaron ingresos por 17.500 millones de dólares y que el continente latinoamericano alcanzó solo el 2,2%.⁴

A pesar de la relevancia y dinámica que ha mostrado este mercado, en América Latina y el Caribe no se visualiza el enorme potencial de la producción artesanal que tiene el continente, ni ocupa el lugar que pudiera en las exportaciones de los países. Solo México sumó 244 millones de dólares por estos conceptos y con ello concentra el 64% de lo ingresado por el continente; sin embargo, la calidad de la artesanía popular latinoamericana y caribeña que se encuentra vinculada a su historia y raíces tiene escenario positivo para competir en el mercado, y le siguen a mucha distancia Argentina, Brasil, Colombia y Guatemala.

La cualidad de la artesanía utilitaria y ornamental que se constituye en el medio de vida de comunidades enteras en múltiples lugares tiene particularidades de significación porque son los bienes que de un modo principal aportan distinción al consumidor final, mediante mensajes de singularidad, arte, cultura y estilo. Estos son objetos diferenciados, singulares, no seriados en gran escala y con el valor agregado de contar con una identidad comercial y de objeto propia y definida. Los objetos decorativos, utilitarios o de carácter simbólico que se generan en las comunidades son los que están siendo requeridos en múltiples espacios del mercado mundial de estos productos. (Martínez, 2003)

Las dimensiones económicas de las fiestas populares y el carnaval

*Del fondo del tiempo vienen,
bohemio del alba eterna, polvo,
guitarra y canto, el Carnaval a su tierra.⁵*

La Dra. Virtudes Feliú (2003) se aproxima a una reflexión de singular importancia cuando destaca:

La cultura popular tradicional es popular porque constituye el compendio de expresiones que se transmiten de generación en generación, con el desarrollo de nuevas tradiciones. Es tradicional porque esta es una ley⁶ que define y determina la perdurabilidad de las manifestaciones culturales, así como su índice de desarrollo a partir de un continuo proceso de asimilación, negación, renovación y cambio progresivo hacia nuevas tradiciones, las cuales trascienden, por lo general, a diversas formas económico-sociales. (Pimenov, en Feliú, 2003:11)

⁴ VER TABLA ANEXA

⁵ LUIS M. FALCÓN, POETA GUARANDENO, GUARANDA, ECUADOR.

⁶ ACEPCIÓN DE LEY REFERIDA COMO REGULARIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL FENÓMENO ANALIZADO.

La cultura popular tradicional y su expresión son una forma primordial y determinante de la comunicación de la civilización humana en todas las modalidades.

Como nos ha referido el Dr. Jesús Guanche, en América Latina y el Caribe —desde varias décadas antes de que organismos internacionales llamaran a brindar una atención especial a los valores patrimoniales que se transmiten oralmente mediante saberes, técnicas y habilidades de personas, grupos y comunidades— se estudia, publica y, de cierto modo, se protege

lo que unos han identificado como *folklore* (en su originaria acepción positiva [saber del pueblo]) y otros han reconceptualizado como *cultura popular tradicional*, para diferenciarla, al menos operacionalmente, de la “cultura popular” y del alcance invasivo de los medios de comunicación masiva, muchos de cuyos mensajes nada tienen que ver con lo que cada pueblo crea y consume para sí mismo, independientemente del intercambio con otros grupos humanos. (Guanche, 2007 b)⁷

La preocupación de la humanidad por proteger la cultura tradicional y popular se ha puesto de manifiesto también en los intercambios que la UNESCO ha producido: en 1989 la Conferencia General adoptó la recomendación para la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, considerando que “forma parte del patrimonio universal de la humanidad y que es un poderoso medio de acercamiento entre los pueblos y grupos sociales existentes y de afirmación de su identidad nacional”, sin dejar de subrayar su condición de cultura viviente y el peligro que corre frente a múltiples factores. Autores destacan la relevancia de acometer acciones en esta dirección para que, a partir del conocimiento acumulado,

los portadores y gestores de la cultura popular tradicional sean objeto de reconocimiento social, lo que representaría un impacto favorable para elevar la autoestima, el sentimiento de dignidad personal y grupal, así como el amor por lo propio, independientemente del respeto, preferencia o rechazo hacia las expresiones de otras culturas. (Ibídem)

Ejemplo fehaciente de la diversidad cultural es el patrimonio cultural identificado como:

el conjunto vivo y en perpetua recreación de práctica, saberes y representaciones que permite a los individuos y a las comunidades, en todos los niveles de la sociedad, expresar las maneras de concebir el mundo a través de sistemas de valores y referencias éticas. El patrimonio cultural inmaterial crea en las comunidades un sentido de pertenencia y continuidad y es considerado como una de las fuentes principales de la creatividad y de la creación cultural.⁸

Ese patrimonio constituye hoy objeto de estudio y atención desde diferentes enfoques y concepciones en múltiples ámbitos e instituciones a escala nacional, regional e internacional y, en todos los casos, con el objetivo de preservar y promover el acervo cultural que se ha ido acumulando y transfiriendo de generación en generación, ante los graves peligros naturales o inducidos frente a tendencias homogenizadoras de la práctica cultural que arriesga el enriquecimiento cultural permanente de la humanidad.

En el año 2001 se llevó a cabo la primera proclamación de Obras Maestras del Patrimonio Oral Inmaterial de la Humanidad, por parte de la UNESCO, seguida en 2002 y 2003 de nuevas inclusiones, lo que ha contribuido a reconocer el valor universal

⁷ ÉNFASIS EN EL ORIGINAL.

⁸ UNESCO, DECLARACIÓN DE ESTAMBUL, COMUNICADO FINAL DE LA III MESA REDONDA DE MINISTROS DE CULTURA SOBRE “EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL, ESPEJO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL”, 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE DE 2002, PÁRRAFO 2.

de las tradiciones y expresiones orales, las artes del espectáculo, los usos sociales, rituales y actos festivos, los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y las técnicas artesanales tradicionales.

Uno de los principales retos que se enfrentan hoy en el campo de la conservación del patrimonio es precisamente la valoración del patrimonio cultural inmaterial y existe un interés cada vez mayor por identificarlo y protegerlo. (CAB, 2004)

En esa dirección, la UNESCO también reflejó la preocupación de la comunidad internacional por la cultura popular y tradicional, especialmente en el ámbito del patrimonio intangible, cuando adoptó el 17 de octubre de 2003 en su 32ª Conferencia General la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial,⁹ en la que se consagra el patrimonio intangible como el crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible.

Ese patrimonio se manifiesta en distintos ámbitos, entre los que se identifican las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo de comunicación; las artes del espectáculo; los usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, así como técnicas artesanales tradicionales.¹⁰ En este contexto, *las fiestas populares y el carnaval* ocupan un lugar especial, en tanto constituyen expresión viva de ese patrimonio, asociado al disfrute de la sociedad. Dos de los carnavales del continente, el de Oruro y el de Barranquilla, han sido reconocidos como Obra Maestra del Patrimonio Inmaterial por la UNESCO.

La necesidad festiva está presente en la actividad de todas las sociedades humanas y las festividades

son construcciones simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y del mundo y los imaginarios colectivos, y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital, de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas, se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y un tiempo determinados. (CAB, 2004:20)

El estudio realizado por el Convenio Andrés Bello establece una tipología de las fiestas y festividades, donde se agrupan, de acuerdo con el carácter de la celebración o acontecimiento conmemorativo, en tradicionales, cuyo propósito es conservar la memoria y fortalecer la identidad cultural, y patrias, para afianzar el sentido de la nacionalidad. Según estos mismos autores, las fiestas tradicionales comprenden en primer lugar las fiestas religiosas, con las particularidades propias de las distintas creencias y donde se manifiesta el sincretismo de los santos católicos procedentes de Europa, memorias aborígenes y huellas de deidades africanas. En segundo lugar se identifican las fiestas profanas como los carnavales, “entendidos como una parodia de las reglas que son reconocidas y respetadas por toda la colectividad y en los que se presenta una inversión del estatus socio-racial”, (Millones, en CAB, 2004) y las ceremonias rituales en las que se celebran ciclos vitales y naturales.

Para Miguel Barnet, escritor, poeta y etnólogo cubano, el carnaval es patrimonio vivo de una nación, es una fiesta que el pueblo se da a sí mismo y desde sí. (Rey) Esta peculiaridad imprime características particulares a esta expresión cultural y, tal y como ha llegado hasta nuestros días tiene, en cada nación, rasgos distintivos que exponen el sincretismo de las culturas his-

⁹ UNESCO MISC/2003/CLT/CH/14- CONVENCION PARA LA SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO INMATERIAL INTANGIBLE.

¹⁰ IBÍDEM, ARTÍCULO 2, INCISO 2.

pánicas, indígenas y africanas, que conforman sus raíces. También hay que tener en cuenta que, siendo el carnaval una fiesta expresiva y nacida de sus propias raíces, como expresión viva de sí mismo se va transformando junto con él. Es una fiesta popular y tradicional y por ello se actualiza con la propia transformación del sujeto social que la genera. (Galarza, 1990)

Según distintos autores, el carnaval expone las expresiones más amplias de los estratos sociales, especialmente los populares, y restaura por un instante el orden primigenio que elimina las desigualdades vividas en el mundo real. Pero también el carnaval da personalidad a una ciudad, por lo que no podrá nunca sustraerse a las características económicas, políticas y sociales que le dan cabida. (Munich, 2005)

En ese contexto, resultaría también relevante someter a examen las dimensiones económicas de la vida cultural de la comunidad, dejar de considerarla un gasto de los mecanismos institucionales tanto públicos como privados y asumirla como un mecanismo de revitalización de espacios económicos de relevancia para la sociedad. ¿Cómo asegurarnos de que ese patrimonio vivo no sea sometido a reglas de juego que atenten contra su propio desarrollo? ¿Por qué no admitir que la creación artística comunitaria, con su amplio reflejo del patrimonio cultural vivo y en permanente evolución reclama políticas económicas específicas que le permitan desarrollarse y tributar simultáneamente a la creación y al disfrute cultural, pero también al arsenal económico del territorio que la sustenta?

Resulta apreciable la invisibilidad que tienen estas dimensiones analíticas en el continente. Amplias son las informaciones que desde distintos ángulos culturales, festivos y promocionales se pueden encontrar sobre las fiestas carnalescas y otras; sin embargo, las estadísticas y evaluaciones de las dinámicas económicas que las

deben asegurar (demostraciones de encadenamientos productivos, los empleos que generan, etc.), resultan escasas, y ello provoca, al propio tiempo que se inhiban las posibilidades de otorgarles una visión perspectiva de mediano y largo plazo, que le permita producir su estabilidad.

Abordar desde el ámbito de la economía la concepción y organización de las fiestas populares, del carnaval y de otras manifestaciones culturales caracterizadas por la amplia participación popular, significará medir tanto el impacto económico en el territorio en términos de ingresos, empleo, movimiento turístico, entre otras categorías, como el potencial económico que puede generarse a partir de actuar en la búsqueda de una sustentabilidad y sostenibilidad comunitaria; y ello conlleva, ante todo, a establecer las premisas y principios sobre los cuales se instaurarían los marcos institucionales y las políticas económicas que le servirán de sustento.

Esto está motivado porque en las fiestas populares se pone de manifiesto con particular fuerza la dualidad que tipifica la cultura. A saber, es una función social de relevancia, que refracta el sujeto popular que en ellas participa, y que, por otra parte, tiene necesidad y posibilidad de ser sustentada económicamente de forma sostenida en el tiempo. Por tanto, las fiestas populares deben estar integradas en una concepción cultural y económica y ambos conceptos tienen que armonizar en la aplicación de la política cultural, social y económica del territorio y la nación.

Ello es importante en la medida en que si el carnaval es una ventana desde donde se vislumbra una sociedad, su forma de organización económica va a reflejar también las particularidades de la economía del territorio que le da cabida y lo sustenta. Si el carnaval restaura por un instante el orden primigenio que elimina las desigualdades vividas en el mundo real, la estructura económica que le da respaldo no debiera responder a patrones diferentes,

sino dar espacio económico para que participen amplios sectores económicos asociados a los movimientos populares; y es que, sin lugar a dudas, la economía en su integralidad y como ciclo y relaciones sociales de reproducción no puede ser diferente de la sociedad que la sustenta y que se expresa en el carnaval. Al propio tiempo, en aquellos territorios donde la economía esté estructurada con una alta transnacionalización, la organización de las fiestas populares pudiera ser potenciada por estas propias fuerzas, dejando poco margen al beneficio popular.

Si cada forma de creación cultural debe llevar asociada una forma de operar su respaldo económico, la economía del carnaval deberá dejar de ser la permanente búsqueda coyuntural de su financiación y pasar a ser parte de la motivación del carnaval. Se trata, por tanto, de una estrategia económica y cultural que promueva la cultura popular y tradicional y, al propio tiempo, asegure su sostenibilidad y aporte a la economía nacional. Se trata de considerar que las fiestas carnavalescas pueden contribuir a la generación de ingresos y movimiento económico que, aún siendo pro cíclico por la naturaleza de su actividad (solo ascendente en contextos de prosperidad), pueda apoyar una estrategia de renovación y reactivación del territorio y con ello de la economía nacional en su conjunto. Y esto es de suma importancia porque tener un enfoque económico-cultural de las fiestas populares implica dejar atrás el concepto de que la cultura, el espectáculo y el carnaval constituyen un gasto, y que estos pasen a ser interpretados y diseñados como una inversión. Para ello será necesario reconocer en sistemas de información y evaluación los indicadores de procesos asociados a los programas de acciones trazados, los indicadores de resultados para ver el cumplimiento de los objetivos, y los indicadores de impactos para medir el acercamiento a las estrate-

gias definidas. De esa manera dejaría de ser un reporte para convertirse en un soporte del cambio de concepción.

Esa estrategia económica no debiera confundir el mercado con la mercantilización del producto cultural, ni la riqueza con la ganancia. Y esto también es de suma importancia porque no significa que el carnaval, el espectáculo o cualquier otra manifestación cultural que implique una amplia participación popular pierda su función social, ni disipe el mensaje cultural con apego a su identidad y pertenencia para propiciar mayores ingresos; sino que se organice con la rigurosidad, calidad y jerarquía que corresponde a su función social alejada de toda banalidad o apego a realidades culturales ajenas a sus raíces y costumbres.

Una estrategia económica reclama un marco institucional que la aplique y que tome en cuenta los requerimientos, formas de funcionamiento particulares y necesidades específicas, de la acción que va a sostener y desarrollar. Una actividad con requerimientos propios no puede perderse en una estructura multiforme ni ser parte de un cuerpo que no asimila sus particularidades. Ello significa que el enclave organizacional donde esté insertado el espectáculo deberá tener las flexibilidades y características propias del proceso económico de este tipo de evento. A saber, un desempeño económico en los ámbitos de la producción, incluido el diseño, preparación y organización que mueve recursos materiales y humanos, que se extiende durante lapsos prolongados y un período corto de ejecución y consumo. Ese proceso económico que implica inversiones y desembolsos previos obliga a una previsión de mediano plazo. Cualquier tipo de actividad cultural que involucre un movimiento social relevante no debiera estar signada por la improvisación.

El carnaval es un espectáculo cultural donde confluyen música, danza, teatro, ambientación, diseño, plástica, fotografía,

entre otros. El carácter interdisciplinario de la creación se debe manifestar en el espectáculo en general y en el carnaval en particular en todo su esplendor, si cuenta con la calidad, rigor y jerarquía que merece esta manifestación artística. Esto introduce complejidad en su concepción económica porque cada manifestación artística tiene su propio ciclo económico y ello es necesario tenerlo en cuenta.

También se revelan otras particularidades: como expresión de lo más puro de la música popular tradicional y vinculado a las tradiciones y costumbres de los participantes, el carnaval no puede ser concebido de la misma manera en todos los lugares porque dejaría de ser una fiesta organizada por la sociedad para sí misma. Ello implica que desde el punto de vista económico los requerimientos del carnaval tampoco serán iguales porque no lo son las ciudades ni la economía en cada territorio o región del país. Si las fiestas populares han de expresar las particularidades de su territorio, no tendrá los mismos requerimientos la concepción en una ciudad donde el carnaval es participativo como expresión de su cultura y de la propia festividad, que si es concebido para ser apreciado como un espectáculo desde un estrado.

Cuando se habla de economía no se trata de “administrar los recursos que le sean asignados o, buscar recursos para realizar el carnaval”. Los ingresos que genera el carnaval, aunque generalmente no se visualizan, son significativos, por lo que deben formar parte de la estrategia económica de los territorios donde se realiza. Se trata por tanto de economía como proceso de creación, producción, cambio y consumo, que es un ciclo integrado y que reclamará funcionar de manera armónica y proporcional.

Coincidiendo con la recomendación metodológica del estudio del Convenio Andrés Bello (CAB, 78) al respecto, parecería conveniente tener en cuenta los efectos

económicos de las fiestas populares, identificando como efectos directos asociados, a los ingresos derivados de la llegada de nuevos visitantes a la localidad donde se efectúa la fiesta, por encima del promedio usual de visitantes, o los gastos adicionales de los residentes, con lo cual se incrementan las ventas de los negocios que atienden directamente a dichos participantes y en los eventos propios de la fiesta. Estos incrementos en las ventas están asociados con mayores pagos en sueldos y salarios, impuestos, y compras de insumos. Los impactos indirectos están referidos a los cambios en la producción que resultan del incremento del gasto, asociados con los nuevos ingresos recibidos en los hoteles, restaurantes, cafeterías, transporte, debido al incremento de los insumos para brindar los servicios. Los impactos inducidos se identificarían con el incremento del consumo de las familias, que se deriva de un aumento de empleo en las industrias que, directa o indirectamente, atienden a los participantes. Generalmente estos efectos tienen un carácter multiplicador al interior de las localidades, y en la medida en que las localidades estén en capacidad de proveer los insumos necesarios el impacto será superior.

La economía de las fiestas populares y carnavalescas como proceso tiene que reconocer los factores que lo sustentan, entre otros, los cobros por derecho de autor, derechos conexos (para la creación y la interpretación), previsión de los ingresos, política de precios, costos, inversiones necesarias para un proceso económico de corto, mediano y largo plazo, participación de los actores que realizan tales, el empleo que genera ya sea permanente, temporal, directo o indirecto, las inversiones inducidas necesarias para que se introduzca en el carnaval la modernidad de la ciencia y la técnica.

La temporalidad de los procesos económicos de la cultura solo se presenta en la fase del consumo, o sea, en la ejecución;

pero como proceso económico es extendido y debería ser considerado con una previsión de mediano y largo plazo cuando su realización es parte de la vida cultural del territorio. Como parte de la concepción económica del carnaval es necesario hacer análisis de demanda, que incluya los componentes económicos que influyen en la capacidad adquisitiva de la población que participa, lo que ha de ser tenido en cuenta a la hora de establecer los precios de venta y las previsiones de ingresos. Sin lugar a dudas, la estructura de precios en correspondencia con la capacidad adquisitiva determinará cuál es el tipo de consumo que tendrá mayores demandas en la canasta que sea ofertada.

También de suma importancia son los estudios de consumos culturales, para conocer los cambios que tienen lugar en las preferencias culturales, no solo porque el espectro generacional deberá estar representado básicamente como un objetivo de la política cultural; sino porque el propio desarrollo de la sociedad hace que el diseño de cualquier programación artística no pueda ser inmutable y, como parte de ello, tampoco pueda serlo la planeación de la economía de la cultura, que la debe acompañar.

Un aspecto de cardinal importancia en el desarrollo de las fiestas carnavalescas está referido a la promoción, la que debe ser concebida como una inversión en la búsqueda de inducir el consumo cultural. La promoción adecuada es un requisito indispensable, y ello puede ser a través del anuncio por distintas vías o la creación del entorno propicio para inducir una predisposición a la participación. La ausencia de una adecuada promoción puede provocar el fracaso de las fiestas populares, con la consecuente pérdida de los recursos que deberán haberse anticipado. El espectáculo forma parte de uno de los sectores económicos más complejos, que es el de los servicios. En el plano de la economía este sector tiene la característica de que no tie-

ne espacio para las equivocaciones, toda la actividad que realiza es de alto riesgo porque se crea y consume al mismo tiempo. Una misma presentación puede tener distintos resultados por la dinámica presentación-público que provoca.

Si bien el teatro y el espectáculo, con un determinado costo necesitarán estar en escena una cantidad de tiempo para que puedan recuperar la inversión, en el caso del carnaval y de otras fiestas populares, su resultado será valorado en el momento y no tendrá segundas opciones hasta el período siguiente, donde la memoria actuará como contención o estimulador de la participación.

La actividad del carnaval, en tanto expresión substancialmente cultural y refractaria de la identidad de la sociedad que participa en ella, no es ni debiera tener como motivación esencial la mercantil, por lo que debe formar parte de la programación cultural nacional. Consecuentemente, el Estado debería asignar recursos desde los fondos públicos disponibles. Para ello pudiera existir una complementación entre los planos presupuestarios y empresariales que confluyan en la actividad del carnaval. También pueden incorporarse recursos provenientes de fuentes privadas o de fundaciones sin fines de lucro, que trasladen fondos o cubran gastos propios de la actividad. Todo no es, ni debe ser, empresarial, privado, o de fundaciones; ni todo tiene que ser financiado desde el presupuesto del Estado. El sistema financiero que respalde cualquier actividad de la cultura puede y debiera ser múltiple y converger armónicamente para lo cual resulta efectiva la coherencia que puede aportar a esa conjugación la integralidad del Estado.

El balance de relaciones intersectoriales que genera la actividad cultural se manifiesta en el espectáculo en toda su magnitud. Demanda textiles, pintura, materiales diversos. Todo ello es demanda efectiva para la industria, la que genera ingresos

que van a manos de los proveedores. Si los proveedores forman parte del tejido empresarial e industrial nacional, se habrá provocado reactivación, empleo y dinámica económica. Si se importa, esa repercusión se producirá en la nación desde la cual se importa, con el consecuente reflejo en la balanza de pagos del país.

Quiere ello decir que, aun cuando el espectáculo pueda autofinanciarse, su vínculo con el resto de la industria nacional estará determinado por el vínculo entre la política industrial y la política cultural de la nación; si la política económica considera al mercado interno y al consumo nacional, como eje del patrón de acumulación que le gesta el crecimiento económico, o es la exportación la que dinamiza el crecimiento económico. Esto, por supuesto, es válido para las ramas de la economía que producen los insumos que se utilizan en el carnaval o en cualquier espectáculo masivo. Todos estos consumos pueden considerarse motivados por y desde la cultura y por tanto deberán incluirse en el cálculo que se realice del aporte que esta rama hace al desarrollo de la economía nacional.

La relación entre la cultura y el turismo; un amor entrañable y conflictivo al mismo tiempo

En estos años el turismo ha consolidado su importancia creciente para el desarrollo económico del continente latinoamericano. La cultura es una de las motivaciones fundamentales para el arribo de turistas a territorio latinoamericano. Por su riqueza de expresiones y colorido, identifica, diferencia y potencia los productos turísticos. El concepto básico que ha regido y rige esta interrelación se fundamenta en que no es posible diseñar ni realizar una cultura para el turismo, ni desarrollar tampoco un turismo exitoso, ni consolidarlo, sin la pre-

sencia orgánica de la cultura, nacional y local, como parte misma del atractivo turístico.¹¹

La política cultural debiera definir como premisa que la comercialización de los productos y servicios culturales no puede demandar concesiones que atenten contra la absoluta defensa de los valores patrimoniales y ello ha de aplicarse en todas las esferas de interés nacional. La preservación del patrimonio es un deber compartido entre el presente y el futuro, y el auge del turismo, lejos de actuar contra ese propósito, debería contribuir a ello.

La inserción del turismo en la vida cultural de los países no siempre se produce sin conflictividades, especialmente cuando no se toma este movimiento como un hecho esencialmente cultural que puede armonizarse a través de la capacidad de ambos sectores de producir alianzas que contribuyan a la conformación de una *estrategia cultural del turismo* que, a la vez que preserve lo mejor de la cultura nacional, geste y promueva el producto turístico del continente. Ello es posible con una presencia activa de las expresiones artísticas en el programa y el paquete que se promueva, componente que resulta de suma importancia si se atiende que la práctica cultural en sus distintas manifestaciones es lo único que puede producir un incremento del valor añadido al turismo.

Resulta, por tanto, conveniente someter a juicio de forma periódica la efectividad de esa estrategia. Si un por ciento importante de los turistas que arriban a América Latina y el Caribe vacacionan en esta área por la influencia que tiene la cultura en su elección, este mayor valor agregado deberá tributar un doble dividendo: cultural y económico. Pero ello solo es posible si, también para las instituciones turísticas, la calidad de la oferta cultural constituye un objetivo a alcanzar a partir de la comprensión del papel que juega esta oferta en la tasa de repetición de los turistas que vienen al

¹¹ MINCULT, SITIO WEB DEDICADO A LA RELACIÓN CULTURA-TURISMO.

país. El intrusismo profesional, la música grabada en lugar de las presentaciones en vivo, buscando producir un ahorro del costo por turista, son enfermedades que solo pueden ser atendidas de común acuerdo entre todos los factores influyentes.

El carnaval es, por su naturaleza, un acontecimiento turístico, que motiva ingresos y empleo, también en la esfera turística. El carnaval tiene, como se ha puesto en evidencia en muchos países, entidad propia para generar turismo, siempre y cuando promotores culturales y gerentes del turismo tengan esto como objetivo, desde la promoción, la confección de los paquetes turísticos y el rediseño que ello representa para el llamado “todo incluido”, modalidad que ha demostrado tener una alta eficiencia para los turoperadores y no siempre es verificada para los receptores de turismo en tierra. Un dato interesante proporcionado por expertos caribeños en el tema de los servicios es que de cada 100 USD que se reciben en el Caribe, solo 15 quedan como ingresos en el país receptor.

No menos relevante pudiera ser la reproducción de subproductos del carnaval como películas, videos, discos, carteles gráficos, etc., todos como memoria de la participación o como referencia a ese evento, que puede reflejar el imaginario popular y tener una vida económica propia e independiente.

A modo de conclusiones muy preliminares

Sin pretender una visión unilateral ni exclusivamente virtuosa de la cultura, su jerarquización como eje de la política para y desde el territorio propende a una mayor calidad de vida en tanto produce satisfactores que otros componentes de la realización humana no proporcionan. La autoestima, el sentido de pertenencia y la disposición a participar se forman y deciden en el territorio, que es donde el individuo tiene sus raíces y

desde donde se expande en la búsqueda de su realización.

La cultura puede jugar un papel articulador de las relaciones sociales si consigue reforzar la identidad colectiva y si esa identidad colectiva llega a ser componente de la identidad personal. Pero eso no es por decreto, ni espontáneo. Se mueve, por tanto, en los intersticios de la política cultural y la asimilación y apropiación del mensaje que emite. Los usos lingüísticos, las prácticas musicales, las fiestas populares autóctonas y no impuestas desde las conveniencias y la interpretación de las políticas públicas, la gastronomía, el reconocimiento y apropiación del patrimonio construido, la historia mostrada en los museos, son, entre otros, ingredientes principales en la elaboración del universo simbólico que nutre el sentido de pertenencia e identidad. (Rosell *et al*)

Incorporar las dimensiones económicas de la cultura al desarrollo de la comunidad solo es posible con una visión multidimensional e interdisciplinaria de la estrategia que debe servir de guía en su evolución, y ello resulta imprescindible para producir el bienestar tanto material como espiritual de la sociedad en su conjunto. La cultura es un sector de demanda creciente, contrario a lo que sucede con el resto de los consumos de la sociedad. A mayor consumo cultural, más se desea consumir; porque no responde a los principios de la utilidad marginal sino que tiene una propensión creciente al consumo.

La economía de la cultura en el territorio es intensiva en trabajo, en tanto resulta imposible o sumamente compleja la sustitución del trabajo por el capital u otros factores productivos, especialmente en los ámbitos de las presentaciones en vivo y en determinadas producciones que tienen en la creatividad personal y la singularidad su principal valor cultural y económico. Esa fuerza de trabajo además tiene satisfactores profesionales y personales mayores que la mano de obra que

opera en otros sectores de la economía. Tiene que ver con la realización personal que emana del reconocimiento social a los resultados de su creación.

En el contexto territorial confluyen distintos actores que deberán producir alianzas estratégicas para cumplir los propósitos que de conjunto el territorio se proponga, y ese esfuerzo mancomunado tendrá a su vez como reto su inserción en espacios mayores en la región, en la nación y el continente, que a su vez rivaliza por la demanda de fuentes internas y externas. Eso se aprecia con especial fuerza en la relación territorio-capital, que en múltiples ocasiones produce una absorción del talento que gana esplendor bajo el criterio de un mayor redimensionamiento de sus espacios de realización.

La política cultural no puede articularse sin una imprescindible imbricación con

la política educativa, la de información y comunicación social, la política turística, la política industrial, la política de propiedad intelectual y la política tecnológica, entre otras. El desarrollo como resultado ha de ser armónico e integrado o no es desarrollo; en tanto pueden existir teatros, pero sin las condiciones integrales que necesitan para cumplir su función no son más que un espacio vacío. La creación artística y literaria de vanguardia de la nación solo se perpetúa en su evolución si se nutre de las raíces y el entorno cultural, y para eso es condición indispensable el desarrollo de la cultura de la localidad. La conciencia de las potencialidades que la cultura otorga al desarrollo de la comunidad ha de servir para producir las estrategias integrales que se necesitan para avanzar en los objetivos de bienestar de las sociedades.

Bibliografía

- Acosta de Arriba, Rafael 2007 “Entre dioses y algoritmos”, entrevista a Hervé Fischer, en revista *Revolución y Cultura* (La Habana).
- Bajtin, Mijail “La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais”. (material mimeografiado)
- Colectivo de Autores 2004 *La fiesta, la otra cara del Patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social* (Convenio Andrés Bello). Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. En <[HTTP://PORTAL.UNESCO.ORG/CULTURE/ADMIN/EV.PHP?URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL](http://portal.unesco.org/culture/admin/ev.php?URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL)>
- Dos Santos, Theotonio 2002 “Las nociones de Alta cultura y Cultura Popular y su interacción durante el siglo XX”, serie 1, No 21. En <www.reggen.org.br> .
- Feliú Herrera, Virtudes 2003 *Fiestas y tradiciones cubanas* (La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello).
- Galarza López, Gabriel 1990 *El carnaval de Bolivia*, (UNESCO/ Biblioteca de la Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe).
- Guanche, Jesús 2007a “El patrimonio cultural vivo y su protección”. Material mimeografiado.
- Guanche, Jesús “La cultura popular tradicional en Cuba”, Fundación Fernando Ortiz, junio de 2007, en proceso de edición para publicar. (copia digital)
- Hernández Pavón, Enrique “Desarrollo de los sistemas culturales territoriales. Las actividades económicas vinculadas a la cultura. Estudio de Caso: La Semana Santa de Sevilla: Economía de una tradición popular” (Sevilla: Universidad de Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico).
- Miembro de OIKOS *Cuadernos de Economía de la Cultura*, No 4-5, Año III, enero-junio de 2006.

- Herrero Prieto, Luís César 2004 “Impacto económico de los macro festivales culturales: Reflexiones y resultados” (Dpto. economía aplicada Univ. Valladolid). En Portal Iberoamericano de gestión cultural, febrero.
- Martínez Massa, Pedro 2003 “Desarrollo y promoción de las exportaciones de artes aplicadas cubanas”, octubre.
- Munich Galindo, Guido 2005 Una semblanza del Carnaval de Veracruz, (México: UNAM, Instituto de Investigaciones Antropológicas). Pérez de Cuellar, Javier (coord.) Nuestra Diversidad Creativa: Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (UNESCO).
- Pérez de Cuellar, Javier (coord.) *Nuestra Diversidad Creativa: Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo* (UNESCO).
- PNUD, *Informe sobre desarrollo humano 2004. La libertad cultural en el Mundo diverso de hoy* (Ediciones Mundi-Prensa).
- Rapetti, Sandra 2007 “El problema del financiamiento de la Cultura. Una aproximación a partir del estudio de casos”. Ponencia presentada al Congreso Cultura y Desarrollo.
- Rapetti, Sandra 2002 Buscando Caminos: *Gestión, Financiamiento y Problemática de las organizaciones culturales del interior del Uruguay* (Uruguay: Universidad de la República Oriental del Uruguay). En <www.unesdoc.unesco.org/images/0012/001294/129452so.pdf>.
- Rey, Gina, “El Carnaval cubano: Espacio y comunidad”. (material mimeografiado)
- Rosell, Pau et al 2007 *Cultura: Estrategias para el desarrollo local* (AECI. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local de la Universidad de Valencia).
- Rosell, Pau y Carrasco, Salvador 2007 “Cultura y producción simbólica en la comunidad valenciana. Un análisis sectorial e implicaciones territoriales” (Dpto. Economía Aplicada. Unidad de Investigaciones en Economía Aplicada a la Cultura, Universidad de Valencia).
- Series estadísticas del comercio internacional. En <www.trademap.net>.
- Stolvich, Luis “Guía Metodológica para el estudio de las industrias del derecho de autor en América Latina y el Caribe”. (material mimeografiado)
- Throsby, David 2001 *Economía y cultura* (Cambridge University Press).
- Vázquez Barquero, J. A. 2004 “Las bases teóricas del desarrollo endógeno”, citado por la Dra. Carmen Magaly León Segura y el Dr. Rafael Sorhegui Ortega, “El Desarrollo Local en la Globalización”, en revista *Economía y Desarrollo* (Universidad de la Habana) edición especial.

PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES MUNDIALES.2006

Países/Nº Cta	Productos Artesanales			Estatuillas			Varios	Cintos	Artículos		Fotografía			Grabados		
	Miles de USD	Cerámica	Madera	Sandalías	Baules	Madera			Molde	Estampas	Vestidos	Lienzo	Joyas de Plata	Litografías	Total 12	ALC %
Total Mundial	925759	691390	442010	640320	420211	838732	4922261	1723771	482370	1223895	1516833	1260248	3366774	355736	17499816	6.2
Argentina	80	144	11	144	359	144	303	16141	2228	3585	565	138	168	135	23846	6.2
Bahamas	11												40	10	61	0.0
Barbados	66	22	22	18	29	22	49	69		16	144	45	386		844	0.2
Bolivia	124	155	155		517	155		141					2022		2959	0.8
Brasil	603	610	610	1170	454	610	713	2350	2114	3547	1735	3549	1660	582	19087	5.0
Chile	72	248	248			248	350	113	616	1962	39	28	444	17	3889	1.0
Colombia	1165	433	433		7896	433	531	3729	791	583	4039	774		20	19961	5.2
Costa Rica	37	835	835		51	835	4902	13		85			488		6411	1.7
Cuba	33							24		22				79	0.0	
Ecuador	134	443	443			443	26	11		26	44		42		726	0.2
Guatemala	76	312	312			312	463	20120	1517	109	720		445	19	23762	6.2
Guyana	19					19									0.0	
Haití	10	56	56			56		241	13	36	26				307	0.1
Honduras				51				143							269	0.1
Jamaica	15	12	12			12					23				50	0.0
México	40484	4827	4827	670	18739	4827	13012	21966	21161	17584	3270	85	102137	134	244069	63.6
Nicaragua	27	61	61			61	120	16	23						220	0.1
Panamá	28						30		1849	15	16				1937	0.5
Paraguay	28										57				85	0.0
Peru	3936	651	651		170	651	904	203	334	987	1200	99	2394		10878	2.8
Rep. Domin	2684	29	29		24	29	483	337	174	255	92		10956	10	15044	3.9
Salvador	60	424	424			424	2142	11		257	3770	111			6775	1.8
T. y Tobago		41	41			41				25	57	58	119		300	0.1
Uruguay	699			56	117		118	13	17	25	29	39		1113	0.3	
Venezuela	103						71		518	54	22	33	95	120	1016	0.3
Sta Lucía									107		19				126	0.0
Granada											10	11			21	0.0
Bélice												12			12	0.0
Total LAC	50414	9336	9336	1928	28295	9336	24216	65722	31482	29143	15895	4972	121435	1028	383866	100.0
% del Total Mundial	5.4	5.4	5.4	1.1	1.2	5.4	3.4	0.5	3.8	8.6	2.4	1.0	0.4	3.6	0.3	2.2

Fte. Cálculos de la autora a partir de TRADEMAP.COM