

# Definiendo los sectores cultural y creativo en términos estadísticos

Pau Rausell Köster (Econcult)

Agosto 2022

## 1. Introducción

La cuestión de la definición de los sectores culturales y creativos ha demostrado en las últimas décadas ser un tema complejo. También es un desarrollo que no solo está teniendo lugar en el espacio europeo, sino que se está discutiendo a nivel global en un proceso liderado por la UNESCO pero que involucra a muchas otras organizaciones internacionales. Los conceptos de cultura y creatividad son claramente algunos de los conceptos más determinantes y complejos de la condición humana y, por lo tanto, todas las ciencias sociales y humanas los abordan desde diferentes perspectivas. Cuando traducimos la cultura en clasificaciones económicas, no se puede encontrar en un solo sector económico que abarque sus bienes o servicios, ya sea en términos de producción o difusión; más bien atraviesa la clasificación convencional de los sectores económicos (industria, servicios, comunicaciones y comercio, etc.). Muchos aspectos y problemas contribuyen a esta imprecisión en el proceso de intentar delimitar de la manera más clara posible cuáles son los sectores culturales y creativos. Entre los más relevantes, podemos destacar los siguientes..

**Factores de condicionamiento cultural.** El concepto de cultura se formula a partir de diversos contextos culturales. Desde el principio, nuestro esfuerzo es evitar caer en la trampa de reiniciar cada vez una discusión sobre lo que es la cultura, sin limitarla a un concepto "elitista" estrecho que la limitaría a bellas artes y literatura, ni ampliar el concepto en exceso como permitiría una perspectiva antropológica. La cultura abarca diversas prácticas sociales reconocidas actualmente como culturales dentro de un grupo específico, e incluso estas convenciones sociales son evolutivas (Deroin, 2011). La cultura representa los valores de los individuos, sus propias representaciones estéticas y filosóficas y, a nivel más colectivo, todas las formas de entender la identidad de una comunidad que se reconoce como tal. Por esta razón, en el ejercicio de delimitación del concepto para los fines de nuestra investigación, tratamos de asegurarnos de que algunas visiones de la cultura no se impongan a diferentes formas de vivir o percibir prácticas culturales. Sin embargo, no tenemos más opción que admitir que la delimitación de lo que es la cultura es, en sí misma, un hecho cultural; es una decisión sujeta en sí misma a ideas y valores que cambian y evolucionan con el tiempo y según la geografía. Es la percepción del contenido simbólico y su valor de uso lo que en última instancia determina si nuestra relación con un objeto o un servicio se convierte en una "experiencia cultural" o no..

**Contenido creativo.** Los principales criterios para definir la cultura suelen ser el concepto de "creatividad", "propiedad intelectual" o "método de producción", así como el "valor de uso", que describe el valor intrínseco o simbólico que es atractivo porque define a la persona que consume el producto o servicio. Los valores intrínsecos o simbólicos también pueden denominarse valores culturales producidos por actividades culturales (ESSnet-CULTURE, 2012). Por lo tanto, las actividades culturales son aquellas que se centran en producir lo que podemos llamar valores y significados simbólicos. Es cierto que, en muchos de estos procesos, la creatividad presente o pasada (que se capitaliza en activos patrimoniales) es un atributo relevante, pero podemos identificar muchas actividades consideradas como culturales que requieren muy poca creatividad. Además, la creatividad o incluso la generación de derechos de propiedad intelectual también se pueden identificar en otros procesos productivos que en muchos casos no hemos considerado como culturales.<sup>1</sup>

**Contexto tecnológico.** En términos históricos, el cambio tecnológico ha reformulado las formas en que los individuos han interactuado con productos y servicios simbólicos. Desde la aparición de la imprenta, pasando por invenciones como el fonógrafo, la radio y el cine hasta el proceso de

---

<sup>1</sup> Este es el caso del diseño (en particular, la marca y el diseño registrado) que también está protegido por la legislación sobre derechos de propiedad.

digitalización que ha tenido lugar en los últimos años, ha transformado las formas de relacionarse con la cultura, incluida la aparición de nuevas empresas culturales. La digitalización no solo trae consigo cambios en la innovación y los procesos industriales (su impacto en las diferentes ramas con la creación de bienes culturales, así como con su producción y difusión, con una reducción sin precedentes de los costos de producción). También afecta en gran medida a las prácticas culturales (equipos y usos, redes sociales, consumo, etc.); difumina las barreras entre lo que solían ser disciplinas y prácticas culturales diferentes; difunde las fronteras entre productores o creadores y consumidores, así como entre la creación y producción amateur y profesional. Además, las nuevas tecnologías han llevado a cambios en la organización de las cadenas de valor en el sector cultural (organización de modelos de producción y distribución), así como a nuevas consideraciones de políticas públicas (derechos de autor, financiación de la cultura, acceso a la sociedad digital, educación y cohesión social, etc.).

La dificultad de captar la dimensión económica del consumo, la participación y la producción culturales digitales radica en el hecho de que la conexión entre el consumo y la provisión y financiamiento de un servicio cultural no es directa, lo que dificulta reflejar en las cuentas nacionales la importancia económica y el uso de tales servicios por parte de los diferentes agentes económicos. Sin embargo, dada la importancia de estas actividades, es importante aclarar quién produce, paga y se beneficia de estos servicios "gratuitos", y cuantificar el valor de estos servicios en las cuentas nacionales.

Todos estos cambios plantean preguntas sobre qué actividades económicas en el ámbito de la digitalización y relacionadas con la producción o el consumo cultural deberían incorporarse como partes fundamentales de la actividad cultural y creativa.

**Orientaciones ideológicas.** El interés en definir mejor qué datos relacionados con la cultura capturan las instituciones estadísticas no se dirige únicamente a completar series; está fundamentado en el hecho de que las estadísticas pueden afectar las políticas destinadas a transformar la realidad cultural y creativa. Hoy en día, es indiscutible que el campo de las estadísticas ha trascendido el ámbito técnico y se reconoce como un instrumento clave en muchas áreas de la vida social, cultural, económica y política. Por lo tanto, los diferentes modelos ideológicos de las políticas públicas y sus objetivos producen sesgos en la definición de la cultura y la creatividad en sí. Por ejemplo, los indicadores requeridos son muy diferentes si lo que queremos es ampliar los derechos culturales de los ciudadanos, o si queremos impulsar la innovación en el sistema productivo. Algunos consideran que la designación de "industrias culturales" indica una subyugación del arte al mercado y una sustitución de los valores estéticos por valores comerciales, mientras que otros piensan que al considerarlo como una industria, la política cultural puede conectarse con la política económica como una herramienta para perseguir los objetivos sociales y culturales de una sociedad (UNESCO, 1998). Como apareció en las discusiones de los participantes en el hackathon celebrado en el marco de este mismo proyecto, de manera muy simplificada, se puede decir que los sistemas muy centrados en el concepto creativo se asocian con modelos más orientados al mercado, centrados en la protección del copyright como base para incentivar la creación, y que buscan principalmente transformaciones económicas y acciones más individuales y empresariales, tienden a asociarse en términos ideológicos con posiciones liberales. Por el contrario, esas visiones que se centran más en lo cultural, que consideran el acceso a la cultura como un bien común, que ponen límites claros a la privatización de los derechos relacionados con la creación cultural, que buscan transformaciones colectivas en valores y comportamientos, y que ponen un mayor énfasis en el impacto social y simbólico, pueden identificarse como posiciones más progresistas. Si esto es potencialmente especulativo o no, el hecho es que la identificación de qué actividades y sectores se cuentan en las estadísticas lleva consigo ciertas cargas ideológicas implícitas.

**Limitaciones técnicas de las clasificaciones económicas.** Por último, las clasificaciones existentes de estadísticas en otros ámbitos (trabajo, sectoriales, cuentas nacionales) con sus códigos y clasificaciones condicionan obviamente el análisis estadístico de las actividades culturales y creativas. Aspectos tan básicos como la lista de códigos NACE, códigos ISCO u otras clasificaciones funcionales económicas restringen o amplían las posibilidades de análisis de fenómenos relacionados con la cultura y la creatividad (NACE, ISCO, SBS, LFS, etc.). El nivel actual de detalle del sistema de clasificación industrial (es decir, NACE) puede llevar a una pérdida de información y dificultar la identificación de actividades específicas. Esto se debe a que ciertas actividades podrían clasificarse erróneamente en (i) familias NACE no necesariamente relacionadas con los CCS, o (ii) terminar siendo clasificadas dentro de clases o grupos "más amplios", lo que no permite desentrañar

componentes más detallados. Por ejemplo, aunque la clasificación NACE ya abarca potencialmente las actividades de las empresas que brindan servicios culturales digitales, actualmente no es posible distinguir este componente del resto. O también el amplio campo de las artesanías no tiene asignada una clase NACE específica, probablemente debido a su baja importancia económica y su fragmentación en diferentes áreas de fabricación. La importancia cultural de los productos manufacturados simplemente no se tiene en cuenta en los métodos estándar de clasificación industrial, que agrupan las artesanías junto con otras actividades manufactureras (por ejemplo, muebles o prendas de vestir). Para las estadísticas culturales, esto presenta dificultades metodológicas.

## 2. Industrias y sectores culturales y creativos. El origen del concepto y su plasmación en estadísticas

El concepto de sectores culturales y creativos (SCC) ha conocido importantes hitos de los que cabe destacar los siguientes:

- i. El término "industria cultural" tiene sus fundamentos en la Escuela de Frankfurt de Teoría Crítica con sus antecedentes en la ideología marxista y la teoría social crítica. El término se atribuye a Theodor Adorno y Max Horkheimer, cuyo ensayo "La industria cultural: La Ilustración como engaño de masas" fue publicado en 1944;
- ii. Posteriormente, el término singular (industria cultural) se convirtió en su forma plural (industrias culturales) para reconocer la complejidad e interconectividad de los distintos sectores de la producción cultural, junto con la singularidad de cada campo específico;
- iii. El paso de "industria cultural" a "industrias culturales" ha sido seguido por la aparición del concepto de "industrias creativas", que fue liderado por un cambio político de industrias culturales a industrias creativas. Un momento clave que anunció la era de las industrias creativas se produjo en 1997 cuando, siguiendo al Gobierno australiano, que lanzó en 1994 el término "nación creativa", el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido (DCMS) acuñó el término "industrias creativas" como clasificador de uno de sus principales sectores políticos, sustituyendo la noción anteriormente utilizada de "industrias culturales". Las industrias creativas se definen como "aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento y que tienen un potencial de creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual";
- iv. Este nuevo enfoque se trasladó al concepto de Economía Naranja en el ámbito Iberoamericano a partir de la publicación del BID "Economía Naranja". Se refiere a un concepto que engloba las actividades económicas relacionadas con la cultura, el arte, el entretenimiento, el diseño, la moda, la gastronomía, los medios de comunicación, la tecnología y otros campos que involucran la creatividad y la propiedad intelectual. El término "Economía Naranja" fue acuñado por primera vez por el economista y escritor colombiano Felipe Buitrago Restrepo y el experto en temas culturales y creativos, Iván Duque Márquez (que posteriormente fue presidente de Colombia entre 2018 y 2022), en el libro "La Economía Naranja: una oportunidad infinita" publicado en 2013.
- iv. En Europa continental se ha pasado de utilizar el término Industrias Culturales y Creativas (ICC) a empezar a utilizar el término más neutro Sectores Culturales y Creativos (SCC) a partir de 2015; aunque ambos significados coexisten y siguen utilizándose

## 3. Desde "Industria cultural" hasta "sectores culturales y creativos (SCC)"

El término "industria cultural", con el que a menudo nos referimos a actividades económicas relacionadas con la cultura y la creatividad, es, como ya se mencionó, un término fundacional de la Escuela de Frankfurt de la Teoría Crítica. El concepto acuñado a mediados de la década de 1940 revela que la industria cultural fue el vehículo para la transposición del arte a la esfera del consumo

como un mecanismo para la reproducción del capitalismo. Para los autores, el término industria cultural representaba la subyugación de la cultura a la lógica capitalista.

A partir de la década de 1970, organizaciones internacionales como la UNESCO, entre otras, comenzaron a interesarse por las industrias culturales desde un punto de vista menos crítico, resaltando el potencial de la cultura como sector productivo. Esta transición implicó la sustitución progresiva del término "industria cultural", en singular, por "industrias culturales", en plural, donde hubo un cambio de un sistema de reproducción ideológica a un análisis más técnico de una pluralidad de sectores económicos.

El concepto de industrias culturales fue impulsado, en muchos casos, por los propios actores culturales para tratar de equipararse a otros sectores que eran objeto de atención no solo de políticas culturales, sino también de políticas económicas o industriales. La creciente incorporación de la tecnología en los procesos de creación cultural también puso a la cultura al mismo nivel que otras actividades productivas. Este proceso obviamente requirió un tratamiento estadístico comparable a otros sectores económicos.

A nivel internacional, la demanda de un marco coherente para las estadísticas culturales surgió de las recomendaciones de la Conferencia de Ministros de Cultura de la UNESCO celebrada en Helsinki en 1972 (UNESCO, 2003). Entre estas recomendaciones, había una que reclamaba estadísticas culturales mejores y más completas. Las primeras sugerencias específicas sobre el alcance de dicho marco se hicieron dos años después en la primera reunión del Grupo de Trabajo Conjunto UNESCO/CCE sobre Estadísticas Culturales, celebrada en Ginebra en septiembre de 1974. En esa reunión se decidió que el diseño de un marco de estadísticas culturales debería servir a las necesidades de planificación, seguimiento e investigación de cuestiones de política cultural y, por lo tanto, incluir todos los fenómenos relevantes en este campo. En 1978, se produjo el primer borrador de un documento titulado "Estudio Preliminar sobre el Alcance y Cobertura de un Marco de Estadísticas Culturales". Se distribuyó a algunas instituciones nacionales para que fueran discutidos y comentados. Basándose en esos comentarios recibidos y en discusiones internas, se produjo un borrador final, que fue el tema principal de las discusiones celebradas en Ginebra en 1979 durante la segunda reunión del Grupo de Trabajo Conjunto UNESCO/CCE sobre Estadísticas Culturales. Cabe señalar que, en ese momento, la terminología se limitaba a "estadísticas culturales".

El Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO propuesto originalmente en 1986 presentaba una lista provisional de diez categorías: Patrimonio cultural, Material impreso y literatura, Música, Artes escénicas, Artes pictóricas y plásticas, Cine y fotografía, Radiodifusión, Actividades socioculturales, Deportes y juegos, Naturaleza y medio ambiente. En ningún momento en el documento de 1986 aparece el concepto de industria cultural. Sin embargo, la versión posterior de 2009, casi 25 años después, introduce el concepto de dominios culturales, que se define como un conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas que pueden agruparse bajo los siguientes encabezados: (A) Patrimonio cultural y natural; (B) Entretenimiento y celebración; (C) Artes visuales y artesanía; (D) Libros y prensa; (E) Medios audiovisuales e interactivos; y (F) Diseño y servicios creativos.

También se incluía un dominio intersectorial adicional, Patrimonio Cultural Inmaterial, que se refiere a tradiciones y expresiones orales, rituales, idiomas y prácticas sociales. Estos dominios se consideran puramente culturales. Finalmente, el Marco de Estadísticas Culturales de 2009 agrega tres dominios intersectoriales más: Educación y formación, Archivo y preservación, y Equipamiento y material de apoyo. El Marco de 2009 descompone las actividades culturales en varias etapas de una cadena de valor:

(1) Creación; (2) Producción; (3) Diseminación; (4) Exhibición/Recepción/Transmisión; y (5) Consumo/Participación.

Además, el documento parte del reconocimiento de que ya en 2009 muchos países utilizan el término "creativo" para describir el sector cultural. Sin embargo, la UNESCO considera que las "industrias creativas" tienen un alcance más amplio que los dominios culturales tradicionales. Por lo tanto, aborda este problema en este documento al permitir la inclusión de solo algunas industrias creativas específicas (Diseño y Publicidad). Por otro lado, el Marco también establece varias áreas relacionadas con la cultura pero especifica que estas actividades no deben incluirse como áreas culturales. Estas son el Turismo y los Deportes y el Ocio (que incluyen deportes, parques de atracciones y temáticos, y juegos de azar). La dimensión creativa de la cultura solo se incorpora parcialmente en este punto.

La UNESCO comienza a hablar sobre la creatividad en 1998, cuando en el título del Informe mundial sobre la cultura de 1998 agrega el subtítulo "Cultura, creatividad y mercado", asociando claramente la importancia de la creatividad en la generación de valores de mercado. Esto fue subrayado por la pregunta "¿Pueden los mercados globales ofrecer nuevas oportunidades para la creatividad, no solo en las artes sino también en la gestión económica, la innovación y la tecnología?" (UNESCO, 1998).

Las Industrias Culturales se definen como aquellas industrias que producen productos artísticos y creativos tangibles o intangibles y que tienen un potencial para la creación de riqueza y generación de ingresos a través de la explotación de activos culturales y la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicionales como contemporáneos). Lo que tienen en común las industrias culturales es que todas utilizan la creatividad, el conocimiento cultural y la propiedad intelectual para producir productos y servicios con significado social y cultural.

El término "industrias culturales" se utiliza casi de manera intercambiable con el concepto de "industrias creativas". Mientras que la noción de "industrias culturales" enfatiza el patrimonio cultural y los elementos tradicionales y artísticos de la creatividad, la noción de "industrias creativas" tiende a poner énfasis en el talento creativo individual y la innovación, y en la explotación de la propiedad intelectual.

La noción de "industrias culturales" es diferente de una categorización basada en la noción de *propiedad intelectual*, que está estrechamente vinculada al concepto de economías basadas en la información y que incluye actividades como la innovación científica y tecnológica, el desarrollo de software y bases de datos, servicios de telecomunicaciones y producción de hardware y equipos electrónicos (UNESCO, 2007).

La introducción de la creatividad para producir bienes y servicios creativos que pueden utilizarse para generar propiedad intelectual y beneficios económicos, sin embargo dejaba pocos argumentos para excluir actividades científicas, de investigación y desarrollo que tradicionalmente no se incluían ni en el concepto de industrias culturales ni en el ámbito de la economía creativa.

De todas formas, fue una especie de innovación institucional que, la que otorgó carta de naturaleza al concepto de *industrias creativas*, cuando en el Departamento de Patrimonio Nacional del Reino Unido fuera en 1997 rebautizado como el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS). Su origen resultó de una reorganización gubernamental llevada a cabo por el entonces Primer Ministro, Tony Blair. Esta reorganización tuvo como objetivo agrupar varias áreas relacionadas en un solo departamento para abordar de manera más efectiva los desafíos y oportunidades relacionados con la economía digital, la cultura, los medios de comunicación y el deporte en el Reino Unido. El DCMS asumió responsabilidades que anteriormente estaban distribuidas entre diferentes departamentos, como el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS) y el Departamento de Educación y Habilidades (DfES). La creación del DCMS reflejó la creciente importancia de las **industrias creativas y digitales** en la economía británica, así como la necesidad de un enfoque coordinado para fomentar el crecimiento en estas áreas. Las áreas de responsabilidad del DCMS incluyeron la cultura, el arte, los medios de comunicación, el deporte, el turismo, la industria digital, las comunicaciones y la creatividad. El objetivo explícito del DCMS era promover la prosperidad económica, el desarrollo cultural y el bienestar de la sociedad británica. Esta perspectiva suponía una novedad en el contexto de las políticas culturales convencionales. El nuevo departamento estableció un listado de industrias creativas. Según NESTA, las inconsistencias en la clasificación del DCMS de las industrias creativas radican en el hecho de que hay industrias que el DCMS clasifica como industrias creativas que tienen una menor intensidad creativa que otras industrias clasificadas por el DCMS como industrias no creativas. Además, la elección de las ocupaciones creativas por parte del DCMS es cuestionable porque los criterios por los cuales el DCMS clasificó las ocupaciones como 'creativas' no están claros.

A nivel de la Europa continental, desde 1995 en adelante, la conciencia de la falta de estadísticas culturales a nivel de la UE fue planteada en varios foros internacionales (París, junio de 1995; Madrid, octubre de 1995; y Urbino, mayo de 1996), por lo que finalmente surgió una solicitud clara de los Estados miembros a las instituciones de la UE para que comenzaran a trabajar en este campo. Como seguimiento a estas reuniones de expertos nacionales en estadísticas culturales, el Consejo adoptó el 20 de noviembre de 1995 una resolución sobre la promoción de estadísticas sobre la cultura y su relación con el crecimiento económico.

Así, en 1997 se creó el "Grupo de Liderazgo (LEG) sobre Estadísticas Culturales", que redactó un documento de síntesis (Comisión Europea, 2000). La estructura operativa del LEG se diseñó de tal manera que una de las tareas se orientaba hacia cuestiones metodológicas fundamentales, mientras que otra parte del trabajo consistía en el desarrollo de campos temáticos. Los principales objetivos del LEG eran:

- 1) Diseñar la cartografía, los objetivos y el alcance y cobertura de las estadísticas culturales.
- 2) Adaptar las clasificaciones internacionales a las necesidades específicas de las estadísticas de bienes culturales.
- 3) Examinar y desarrollar fuentes de datos existentes.
- 4) Y, finalmente, producir datos e indicadores que permitan representar la situación en los diferentes países.

El punto de partida de estos documentos puede considerarse que se desarrolla en paralelo al trabajo de la UNESCO, aunque el trabajo de 2006 preparado para la Comisión Europea y titulado "La Economía de la Cultura en Europa" propone una definición del sector cultural que difiere de la de la UNESCO. Específicamente, el diseño, la arquitectura y la publicidad, que la UNESCO incluye en la esfera cultural, son considerados industrias y actividades creativas por la Comisión Europea, y no estrictamente culturales. El argumento utilizado es que en el "sector creativo", la cultura se convierte en un insumo "creativo" en la producción de bienes no culturales. Esto incluye actividades como el diseño (diseño de moda, diseño de interiores y diseño de productos), la arquitectura y la publicidad.

La gran fortaleza de basar los cálculos del valor económico de la cultura en los sistemas de contabilidad nacionales es que, en tales sistemas, toda la actividad económica se clasifica por un único propósito principal y se registra en un solo lugar en las cuentas (OCDE, 2007). Esta característica obliga a una alta responsabilidad en las definiciones del contenido cultural de las actividades, ya que es notorio que una considerable cantidad de actividad cultural se lleva a cabo en establecimientos cuya clasificación principal no es cultural. La ocupación enfrenta problemas similares ya que en el sector cultural la participación del empleo voluntario es un hecho prominente y no es capturada por los sistemas de Cuentas Nacionales. Como conclusión general, se puede señalar que se están generando acuerdos en el núcleo de las actividades consideradas, aunque todavía es posible detectar numerosas divergencias a nivel de detalle.

El Grupo de Trabajo sobre Estadísticas Culturales (2001-2004) continuó las actividades del LEG y condujo a la publicación del primer Libro de Bolsillo de Estadísticas Culturales de Eurostat en 2007, y finalmente el grupo ESSnet-Culture (2009-2011). Este último trabajo fue un gran salto adelante y fue financiado por la Comisión Europea bajo la iniciativa activa de Eurostat y coordinado por el Ministerio de Cultura de Luxemburgo. El informe, estructurado sobre la base de cuatro grupos de trabajo, logró los siguientes objetivos de manera muy rigurosa:

- La definición de un marco conceptual sobre la cultura y sus actividades económicas basado en clasificaciones estadísticas;
- La definición de un marco para las estadísticas de cultura en el ámbito del gasto público y el consumo privado;
- La definición de un marco e identificación de una metodología para la producción de estadísticas de cultura en el ámbito de las estadísticas empresariales y de empleo;
- Inventario de fuentes de prácticas culturales y aspectos sociales de la cultura.

También se emitieron varias recomendaciones para garantizar una mejor cobertura del sector en las encuestas de Eurostat (especialmente en relación con el emprendimiento en el empleo y la participación cultural), así como para garantizar una mejor armonización de los datos existentes (por ejemplo, sobre el gasto público y doméstico). Finalmente, la propuesta fue que una actividad cultural resulta de la intersección entre un dominio (se definieron 10 dominios) y una función dada (se

definieron 6 funciones), que constituyen sólidamente el marco de referencia actual y sobre el cual se proponen actualizaciones.

Una de las principales limitaciones del marco de ESSnet-Culture es que no se ha implementado de la misma manera en todos los estados miembros de la UE, lo que dificulta enormemente la comparabilidad de los datos producidos a través de este marco. Además, por supuesto, desde 2012 ha habido avances tecnológicos muy significativos con un impacto serio en el ciclo de producción de bienes y servicios culturales. Esto incluye Internet y las redes sociales, o el hecho de que la producción y el consumo de bienes y servicios culturales ya no son claramente distintos o separados como solía ser el caso: las personas pueden co-crear o consumir/producir de manera integrada

## 4. Industrias Culturales y Creativas (ICC) y Sectores Culturales y Creativos (SCC) en la Unión Europea

En el contexto y discurso de la política de la Unión Europea, en los últimos años los términos "sectores" e "industrias" se han utilizado en paralelo y a veces con el mismo significado. Los términos "sectores" e "industrias" también se utilizan a veces juntos: "CCIS".

La Nueva Estrategia Industrial de Europa y su actualización adoptadas por la Comisión y los informes del Mercado Único de 2021 y 2022 hacen referencia lógicamente al ecosistema de las industrias culturales y creativas. El informe del Mercado Único de 2021 define los sectores incluidos en el ecosistema y hace referencia a otras definiciones en uso.<sup>2</sup>

Sin embargo, en términos estadísticos, "industrias" se refiere a actividades basadas en el mercado (y se pueden medir a través de datos económicos como la contribución al PIB, al empleo, etc.), mientras que "sectores" incluye actividades de mercado y no de mercado, y en términos estadísticos se refiere a otras variables adicionales como la contribución de la cultura a la sociedad (que no siempre son incluso cuantificables). Esta lógica también subyace en la definición establecida en la base legal oficial del programa de apoyo específico, el Reglamento (UE) 2021/818 por el que se establece el Programa Europa Creativa. El artículo 2 del Reglamento proporciona la siguiente definición:

(1) "sectores culturales y creativos" se refiere a todos los sectores:

(a) cuyas actividades, muchas de las cuales tienen potencial para generar innovación y empleo, en particular a través de la propiedad intelectual:

(i) se basan en valores culturales y expresiones creativas artísticas y otras individuales o colectivas; y

(ii) incluyen el desarrollo, la creación, la producción, la difusión y la preservación de bienes y servicios que incorporan expresiones culturales, artísticas u otras expresiones creativas, así como funciones relacionadas como la educación o la gestión;

(b) independientemente de:

(i) si las actividades de esos sectores están orientadas al mercado o no;

(ii) el tipo de estructura que lleva a cabo esas actividades; y

(iii) cómo se financia esa estructura;

---

<sup>2</sup> The 2021 Single Market Report, notes that "there are several descriptive definitions in use, including UNESCO Framework for Cultural Statistics, 2009, the European Commission Green Paper Unlocking the potential of cultural and creative industries, 2010. The new 2021 Creative Europe Programme Regulation Art 2) defines the cultural and creative sectors as including architecture, archives, libraries and museums, artistic crafts, audiovisual (including film, television, video games and multimedia), tangible and intangible cultural heritage, design (including fashion design), festivals, music, literature, performing arts, (including theatre and dance), books and publishing, radio, and visual arts".

esos sectores incluyen, entre otros, la arquitectura, los archivos, las bibliotecas y los museos, las artesanías artísticas, el audiovisual (incluyendo cine, televisión, videojuegos y multimedia), el patrimonio cultural tangible e intangible, el diseño (incluido el diseño de moda), los festivales, la música, la literatura, las artes escénicas (incluyendo teatro y danza), los libros y la edición, la radio y las artes visuales.

El término "Sectores Culturales y Creativos" se está utilizando cada vez más intensa y frecuentemente en documentos de la UE. A partir de esta evidencia, podemos deducir que nos encontramos ante un cambio sutil que busca integrar las implicaciones de los conceptos de "cultura" y "creatividad". El primero se refiere al patrimonio simbólico compartido y las expresiones artísticas de los europeos, y el segundo como un habilitador y promotor de transformaciones socioeconómicas.

Por lo tanto, podemos considerar que en el contexto de la Unión Europea nos encontramos en este momento en un paradigma conceptual que, basado en un cierto desarrollo dialéctico, intenta superar los bordes más crudos de la dicotomía entre los términos "cultural" y "creativo". Esta última visión, más contemporánea, debe tender a aceptar la importancia de la creatividad como un facilitador y promotor de transformaciones económicas, pero sin renunciar al hecho de que la cultura también es un ámbito de ciudadanía y que sus lógicas son, por lo tanto, lógicas sociales, compartidas y participadas en la esfera política y no solo sometidas a la tiranía de las leyes del mercado.

## 5. La diversidad de aproximaciones

Si simplificamos los elementos centrales de cada uno de los usos del concepto de Sectores Culturales y Creativos, y quizás partiendo de estos momentos del término, obtenemos la siguiente tabla.

**Tabla 1: Visión general de los diferentes modelos relacionados con los sectores/industrias culturales y creativos**

Model	Description
<b>The Throsby model</b>	El modelo de círculos concéntricos se basa inicialmente en la proposición de que los bienes y servicios culturales generan dos tipos de valor distinguibles: económico y cultural (Throsby, 2008). Divide los Sectores Culturales y Creativos en industrias centrales (cultura, arte, patrimonio), industrias creativas, industrias culturales y otros sectores. Ha sido ampliamente utilizado en la Unión Europea (Comisión Europea, Fundación Work, Modelo Kultur Sistema en el País Vasco, etc.), así como en otros países (Chile, etc.).
<b>The DCMS/NESTA model</b>	Divide las actividades creativas en cuatro bloques principales: productores originales, productores de contenido, proveedores de experiencias y proveedores de servicios. El DCMS incluye los procesos de creación, producción, distribución, difusión, promoción y actividades relacionadas con la educación y la prensa como procesos dentro de las SCC (cadena de valor).
<b>The UNCTAD model</b>	El objetivo de la UNCTAD es identificar estadísticamente el intercambio de bienes o servicios que, en este ejercicio de recopilación de estadísticas sobre bienes creativos, incluye todos los bienes creativos, ya que se ajustan a los criterios de la clasificación de la UNCTAD de "ciclo de creación, producción y distribución de un producto tangible con contenido creativo, valor económico y cultural y un objetivo de mercado". Los productos de bienes creativos son Artesanías artísticas, audiovisuales, Diseño (incluyendo arquitectura y moda), Nuevos medios, Artes escénicas, Publicación y Artes visuales.
<b>The UNESCO model</b>	Como es bien sabido, el Marco de la UNESCO para las Estadísticas Culturales (FCS) estableció sus criterios y categorías para las estadísticas en las SCC. En esa categorización, el FCS de la UNESCO agrupa las SCC en seis dominios (A. Patrimonio cultural y natural, B. Actuaciones y celebraciones, C. Artes visuales y artesanías, D. Libros y prensa, E. Audiovisuales y medios interactivos, F. Diseño y servicios creativos) y un dominio transversal (patrimonio cultural inmaterial), que se consideran como el conjunto mínimo de dominios culturales centrales para los cuales la UNESCO alentaría a los países a recopilar datos comparativos. Tres otros dominios transversales se incluyen por su papel en el ciclo cultural: educación y formación; archivo y preservación; y equipos y materiales de apoyo.
<b>The WIPO model</b>	El enfoque de la OMPI considera aquellas industrias involucradas en la creación, fabricación, producción, transmisión y distribución y consumo de obras protegidas por derechos de autor. Las industrias que producen la propiedad intelectual, la materialización de la creatividad

Model	Description
	necesaria para producir los bienes y servicios de las industrias creativas, son distintas de aquellas necesarias para llevar los bienes y servicios al consumidor. La Economía Creativa incluye Mercados/Economía Creativa: (producción, consumo e intercambio de otros productos creativos) Industrias Creativas: (industrias basadas en activos intelectuales con derechos de autor, tanto en su totalidad como en parte; Núcleo; Interdependientes; Apoyo Parcial y No Dedicadas) Infraestructura Creativa: (marcos legales, instituciones públicas o privadas, programas de políticas que facilitan la producción de bienes y servicios creativos, incluida la gestión colectiva) y Creadores y Comunidades Creativas: (grupos que practican y participan en la creación de ideas, obras de arte y conocimiento creativo y expresión como parte de la participación social, cultural y política, o con fines artísticos, sociales y comerciales).
<b>The EUIPO model for the Creative Industries Satellite Account</b>	Las industrias creativas se definen aquí como actividades económicas relacionadas con la generación y explotación de conocimiento, información y cultura. Las industrias sugeridas para su inclusión en las industrias creativas se pueden agrupar en los siguientes 8 dominios: patrimonio cultural, archivos y bibliotecas; libros y prensa; artes visuales; artes escénicas; audiovisuales y multimedia; arquitectura; publicidad; software y portales web. Como es habitual, se deben considerar las actividades principales, secundarias y auxiliares realizadas por estas industrias, pero también se debe incluir la producción de productos creativos por parte de industrias no creativas.
<b>The German model</b>	Modelo del Ministerio de Asuntos Económicos y Energía, en el cual las industrias culturales se consideran el núcleo de las SCC, con doce categorías diferentes de clasificación: música, edición, artes, cine, radiodifusión, artes escénicas, diseño, arquitectura, prensa, publicidad, software y videojuegos. El duodécimo ámbito titulado 'otros' incluye industrias que no pudieron asignarse a uno de estos once submercados de las industrias culturales y creativas (por ejemplo, laboratorios de fotografía o intérpretes independientes).
<b>CEPAL model</b>	Se centra en la industria del contenido, que abarca toda la producción digital diseñada para las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como para la convergencia digital (medios de comunicación cruzados).
<b>Potts model</b>	Investigaciones recientes, basadas en un enfoque de economía evolutiva, consideraron a las industrias creativas como una fuente importante de crecimiento e innovación en la economía. En este marco, se veían las industrias creativas como parte de redes sociales complejas basadas en una competencia imperfecta. Utilizando este enfoque, Potts y otros (Potts, Cunningham, Hartley y Ormerod, 2008) propusieron una nueva definición de las industrias creativas como el conjunto de actividades económicas que implicaban la creación y adopción de ideas novedosas dentro de redes sociales de producción y consumo. Basándose en este nuevo marco, se argumentó que las industrias creativas estaban relacionadas con la creación de nuevas industrias a través de redes sociales y dinámicas de mercado en lugar de simplemente la creatividad en las industrias. Esta distinción era esencial, ya que algunas actividades podrían involucrar la creatividad, pero no tener nada que ver con las redes sociales.
<b>Orange Economy model</b>	Este es el modelo propuesto por el BID y es una política de desarrollo en la que la diversidad cultural y la creatividad se consideran pilares de la transformación social y económica de los territorios. Clasifica los sectores como Artes y Patrimonio (artes visuales, artes escénicas, turismo cultural del patrimonio, educación artística y gestión cultural, gastronomía y artesanía), Industrias Creativas, Nuevos Medios y Contenido de Software (medios digitales, diseño y publicidad) e Industrias Culturales (edición, música grabada y audiovisuales).

Fuente. Elaboración propia

## Referencias

Adorno, T. and Horkheimer, M. – “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception” in Dialect of Enlightenment, translated by John Cummings, 120-167, New York, Seabury, 1944

Backshi, H; Freeman, A & Higgs, P. “A Dynamic Mapping of the UK’s Creative Industries, 2013, NESTA <https://www.nesta.org.uk/report/a-dynamic-mapping-of-the-uks-creative-industries/>

Bernhamou, F Artists' labour markets", Chapter 7 in "A Handbook of Cultural Economics-2nd edition"

edited by Ruth Towse, Edgar Elgarv Publishing, 2011

COM. (2010). Green Paper "Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries". Brussels.

COM. (2012). COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU.

Deroin, V. Conceptualisation statistique du champ de la culture. *Culture méthodes*, 3(3), 1-12. <https://doi.org/10.3917/culm.113.0001,2011>

ESSnet-Culture- European Statistical System Network on Culture, Final Report,2012 [https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf)

ESSnet-CULTURE. *European Statistical System Network on Culture ESSnet ESSnet Culture Culture,2012.*

European Commission. *Cultural Statistics in the EU. Final Report of the LEG,2000.*

European Commission. (2010). *Green Paper "Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries"*. Bruselas,2010.

European Commission. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL establishing the Creative Europe programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013, *0190(366 final)*, 1-43,2018.

Eurostat "A Guide to Eurostat Culture Statistics", 2018 edition, Manuals and Guidelines, Eurostat

Expert Report on Sources, The Collection of Cultural Statistics in Europe, Ministry of Culture and Communication (France), 2008

Haan, Jos & Van den Broek, A. NOWADAYS CULTURAL PARTICIPATION An update of what to look for and where to look for it. In ESSnet -Culture Final Report, p.397-418,2012

KEA European Affairs. *Feasibility study on data collection and analysis in the cultural and creative sectors in the EU,2015.*

Kong, L "From Cultural Industries to Creative Industries and Back? Towards Clarifying Theory and Rethinking Policy "Inter Asia Cultural Studies,2014, Vol 5, N° 4,593-607

Kroeber, A. L. & Kluckhohn "Culture: A Critical Review of Concepts and definitions" Papers Peabody, Museum of Archeology & Ethnology, Harvard University, 47 (1) VIII,223,1952

Measuring the Cultural and Creative Sectors -WP3 Report – Inventory of source, 2021

O'Connor, J. Las industrias culturales y creativas. Una historia crítica. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 78, 24-47. <https://doi.org/10.2307/j.ctvndv83q.3,2011>

O'Connor, J. After the Creative Industries: Cultural Policy in Crisis. *Law, Social Justice & Global Development*, (1), 18. 2016

OECD.). *National Accounts and Financial Statistics. International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture* (Vol. STD/NAFS(2). Paris,2007.

Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., & Ormerod, P. (2008). Social network markets: A new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 167-185. <https://doi.org/10.1007/s10824-008-9066-y>

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147-164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>

UNESCO.. *World culture report 1998. Culture creativity and market,1998s.*

UNESCO. *Proceedings of the International Symposium on Culture Statistics. QUEBEC.,2003*

UNESCO. *Statistics on Cultural Industries. Framework for Elaboration of National Data Capacity Building.* Bankog, 2007

UNESCO 2009 Framework for Cultural Statistics UNESCO Institute for Statistics. [http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/framework/FCS\\_2009\\_EN.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/framework/FCS_2009_EN.pdf)