

LA MAGNITUD ECONÓMICA DE LA CULTURA EN MÉXICO, UN ANÁLISIS REGIONAL: 1998 – 2007.

*Manuel Pérez Tapia¹
Marisol Velázquez S.2*

Introducción

La economía como ciencia social, ha sido una herramienta analítica importante para el estudio de la cultura desde diversas perspectivas. Por un lado, se le ha analizado como consumo de bienes y servicios culturales y, por otro, como un sector económico que realiza inversiones y genera empleo y, en ese sentido, se ha resaltado su aportación al valor del producto interno de un país. De ello se han derivado conceptos como: capital cultural, entendido éste como un recurso acumulable, e industrias culturales, como un sector “productor” o proveedor de bienes y servicios culturales. Ello ha conducido al análisis de los efectos y participación de la cultura en el desarrollo económico, así como a la elaboración de índice de desarrollo humano, para cuantificar dichos efectos.

La cultura también tiene una dimensión económica: inversiones, producción, ventas, balanza comercial, gasto público, empleo y derechos de autor entre otras variables de análisis. Este enfoque de cultura se refiere a una producción mercantil simbólica.

En el estudio de la cultura, existen diversas aproximaciones, como el conjunto de valores, tradiciones y ética, generados y transmitidos de generación en generación. Algunos autores utilizan el enfoque desde los consumidores culturales (García Canclini), o como capital cultural (Throsby), o como fenómenos de la transformación sociocultural (Inglehart).

Para Throsby (2001), la cultura en su dimensión económica puede ser entendida como todos aquellos bienes y servicios que cuentan con las siguientes características:

- Que las actividades aludidas implican alguna forma de creatividad en su producción
- Que hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico, y
- Que su producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual.

En este sentido, entran la música, la literatura, la danza, el teatro, las artes visuales, etc. Pero la innovación científica, por ejemplo, no entraría, porque aunque supone creatividad y es susceptible de tener derechos de autor o de propiedad intelectual, está “dirigida

¹ Egresado de la maestría en Economía de la UNAM FES Acatlán. manuel76mx@yahoo.com.mx.

² Maestra en Economía y profesora del programa de Economía de la UNAM FES Acatlán. Tel. 53653470. marza230965@hotmail.com.

generalmente a una rutina utilitaria más que a la comunicación de significado” (Trosby; 2001). De esta manera, por ejemplo, las señales de tránsito tienen un objetivo simbólico, pero no cumplen los otros requisitos para ser consideradas dentro de “cultura”. La posición del deporte es algo ambiguo y debatible sobre todo en el uso de una habilidad técnica más que creatividad. Aunque en el primer sentido del término, es una actividad cultural porque es una costumbre que expresa valores e identidad de grupo.

La UNESCO, considera a las industrias culturales, como industrias protegidas por derechos de autor que están articuladas en la lógica de mercado y comercialización.

Las industrias culturales pueden ser definidas como “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.” (Zallo; 1988).

Para la UNESCO, la industria cultural se refiere a todo bien y servicio que en su proceso de producción y prestación incluye un derecho de autor.

Para el Banco Mundial, la industria creativa es todo proceso de producción y prestación que sea producto de la creatividad del hombre.

Los productos culturales son también productos sociales, ya que fomentan el desarrollo, el crecimiento y el conocimiento intelectual y espiritual de los individuos y las sociedades.

Las industrias culturales hacen referencia a los procesos económicos por los cuales los bienes y servicios culturales se producen, comercian, distribuyen y venden a los consumidores. Los bienes y servicios culturales, suponen creatividad en su producción, incorporan un cierto grado de propiedad intelectual y transmiten un significado simbólico.

Agrupar las actividades productivas como industrias es un recurso analítico natural de los economistas, que no lleva implicaciones ideológicas como la mercantilización de la cultura, i.e., el término industrias culturales no hace referencia a la producción en masa de bienes culturales, sino al conjunto de actividades que generan bienes y servicios culturales.

Construcción del Sector Cultura

La principal fuente de información para la conformación del Sector Cultura de la economía son los Resultados de los Censos Económicos de 1999 y 2004, basados en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).

Las actividades culturales dentro de las cuentas nacionales, no se encuentran particularizadas como sector, están dispersas y muchas veces agregadas a otras de distinta naturaleza.

De manera inicial, es necesaria la identificación de las actividades económicas que participan en el sector.

Definición y delimitación del Sector Cultura

En el Sistema de Cuentas Nacionales, el sector de actividades culturales y recreativas no incluye medios de comunicación, como radio, televisión y publicaciones periódicas, además de las actividades conexas.

No existe consenso en la identificación de las actividades económico – culturales. Una clasificación precisa, que sea comparable entre países parece imposible al comenzar a definir “actividad económico cultural”, lo que obligadamente remite a la definición de cultura. Algunos países no toman en cuenta las actividades deportivas, otros en cambio, incluyen en su contabilidad cultural a la industria textil, artículos de vidrio, cuero y madera y por otra parte actividades religiosas.

Algunas de las dificultades para delimitar o definir de manera precisa las actividades para su comparación entre países están en actividades como el circo, la lucha libre, fiestas, ferias, festivales, etc.

La inclusión de la publicidad como actividad que forme parte de la contabilidad de la cultura es debatible por el diferente tipo de consumo respecto a los libros, la música o el teatro, por ejemplo. Aunque su producción implica el uso de creatividad, es solo como instrumento y no como experimento estético. Aunque también es cierto, que la publicidad resulta difusora y replicadora de modelos de comportamiento social que reflejan la cultura y la identidad de un país.

También es cuestionable si los medios de comunicación deben ser considerados como cultura. Los medios de comunicación son considerados como actividades culturales aunque se reconozca que tanto en televisión, radio o prensa, se producen bienes culturales y otros que no lo son. Pero no es posible llegar a un mayor nivel de desagregación de estas actividades.

Una situación similar se presenta en la industria editorial, donde los libros de texto, representan un volumen importante de facturación y de empleo, pero no son cultura, sino bienes para uso de la educación formal.

Tomando como referencia la definición de industrias culturales de Throsby, explicada en el primer capítulo, el Sector Cultura queda definido como el conjunto de actividades y productos que tienen por objeto crear, comunicar y conservar contenidos simbólicos.

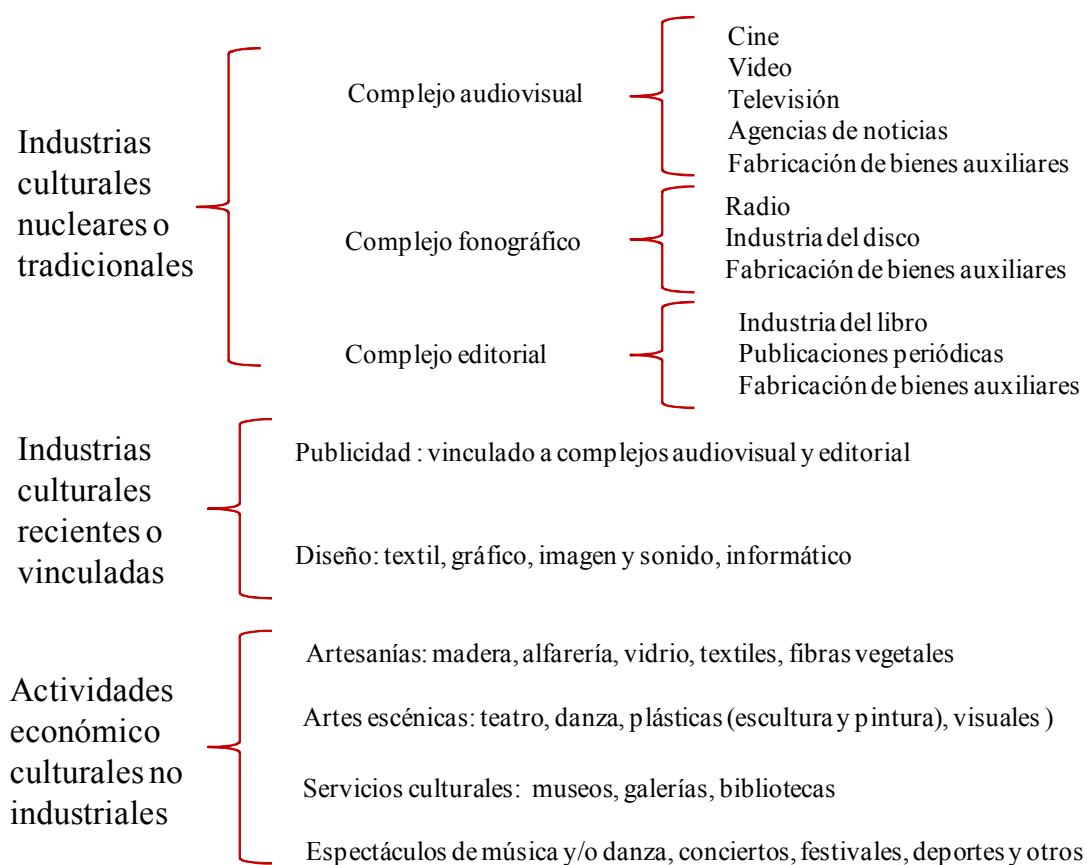
Una propuesta de actividades del Sector Cultura a partir de la definición anterior, que incluya las actividades comunes en la mayoría de los países a partir del nivel de desagregación que el sistema de cuentas nacionales permite, toma la siguiente forma:

- Industrias Culturales básicas o tradicionales: integrado por 3 subsectores: el editorial (industria del libro y publicaciones periódicas); audiovisual (cine, video y tv) y el fonográfico (radio e industria del disco).
- Industrias culturales recientes y vinculadas a las tradicionales: publicidad y diseño (incluyendo el informático).
- Actividades económico - culturales no definidas como industriales: las artes (escénicas, plásticas y visuales excluyendo cine y video); las artesanías; los espectáculos de música y/o danza; y los servicios culturales (enseñanza artístico – cultural, ingresos o transacciones monetarias que puedan generar museos, galerías, bibliotecas o archivos).

Esta clasificación difiere de la propuesta de UNESCO o el Convenio Andrés Bello (CAB). Estos organismos internacionales no presentan una división entre industrias culturales tradicionales y recientes, en algunas, la artesanía o el diseño se incluyen en la rama industrial de la cultura. La inclusión del deporte también es debatida.

Cuadro 1.

Sector cultural de la economía: actividades e industrial culturales



Fuente: Elaboración propia con datos del Laboratorio de industrias Culturales de Argentina.

Presentación de resultados

La magnitud o cuantificación económica de la cultura se realiza a partir de la participación de las industrias culturales en la generación de valor agregado, empleo y divisas por comercio. Entonces se describen las características de estas industrias y sus bienes y servicios producidos, así como algunas de las técnicas usadas en otras ciencias sociales para aproximarse a la medición del valor cultural.

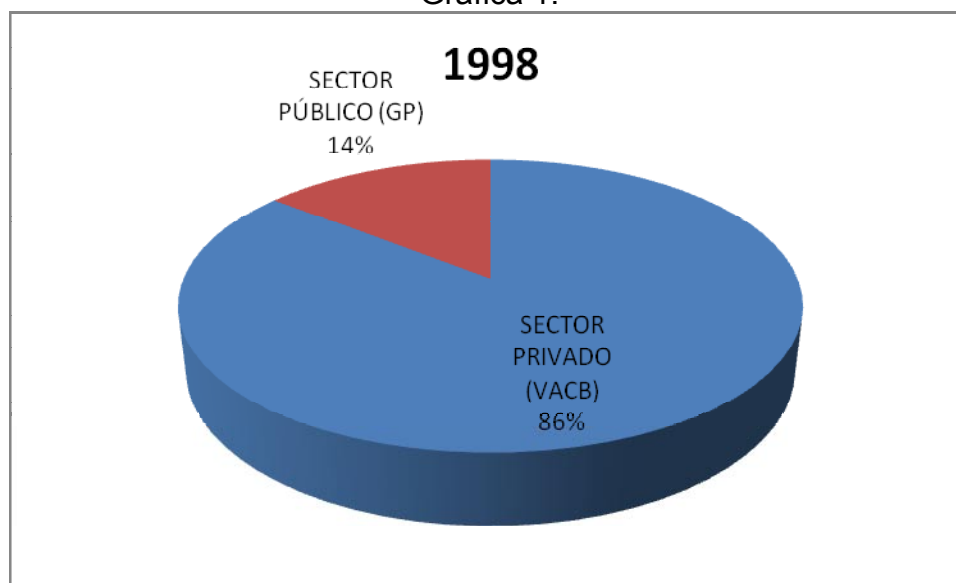
En el Anexo 1, se encuentran las clases tomadas de los censos económicos ediciones 1999 y 2004. Se obtienen los siguientes resultados.

Cuadro 2. Sector Cultura como porcentaje del PIB

	1998	%	2003	%
SECTOR PRIVADO (VACB)	67,848,898,000.00	1.76%	125,486,941,000.00	1.82%
SECTOR PÚBLICO (GP)	11,405,643,780.00	0.30%	9,517,322,310.00	0.14%
TOTAL	79,254,541,780.00	2.06%	135,004,263,310.00	1.96%
PIB	3,848,218,300,000.00		6,895,356,800,000.00	

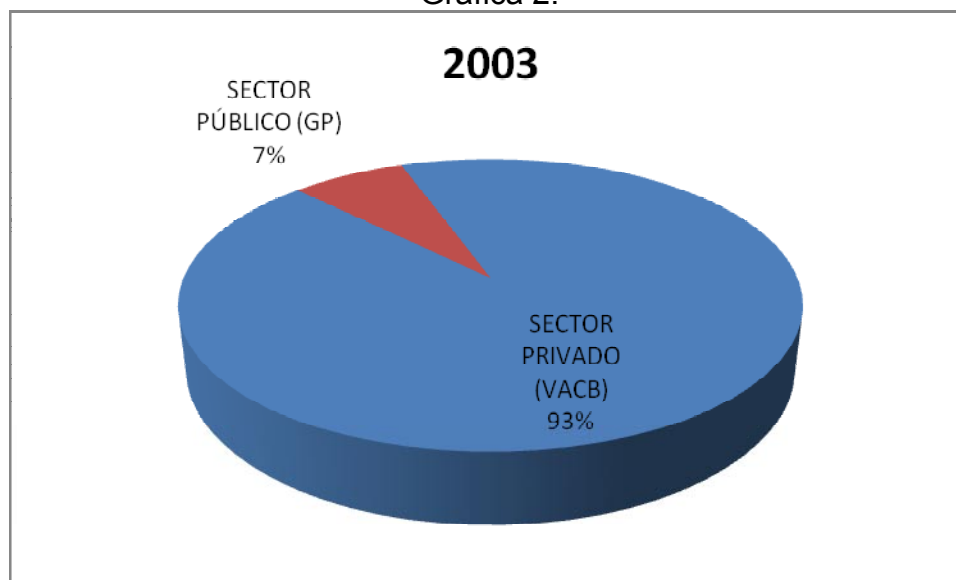
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 1999 y 2004.

Gráfica 1.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 1999.

Gráfica 2.



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 2004.

Para 1998, el Sector Cultura representó 2.06% del PIB, y cayó ligeramente para 2003 a 1.96%. La participación del sector pública se redujo a la mitad en el mismo periodo.

La concentración de las actividades culturales en el país puede medirse de forma económica (producción, comercialización, comercio exterior), o geográfica (por ciudad o Estado).

A partir de la información disponible, se utiliza la variable población ocupada total porque es una variable que aproxima el comportamiento del sector al igual que la producción y/o el valor agregado.

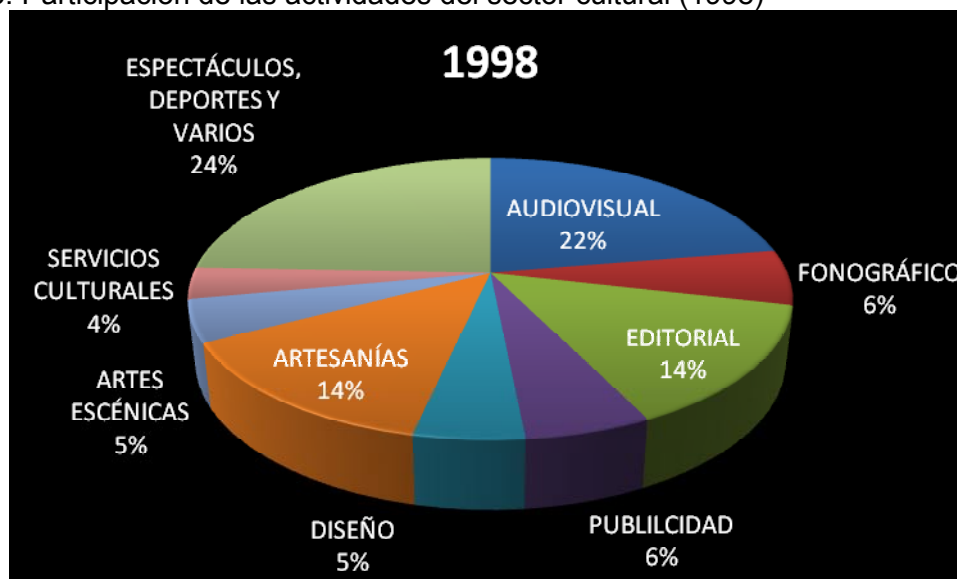
Los resultados obtenidos con la ayuda del programa TAREA (Técnicas de Análisis Regional: Entrenamiento y Aplicación).

Cuadro 3. Participación de las actividades del sector cultural (1998)

1998	
ACTIVIDAD	TOTAL NACIONAL (%)
ESPECTÁCULOS DEPORTES Y VARIOS	24.40
AUDIOVISUAL	22.35
EDITORIAL	14.10
ARTESANÍAS	13.71
FONOGRÁFICO	6.30
PUBLICIDAD	5.72
DISEÑO	4.99
ARTES ESCÉNICAS	4.85
SERVICIOS CULTURALES	3.59

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 1999.

Gráfica 3. Participación de las actividades del sector cultural (1998)



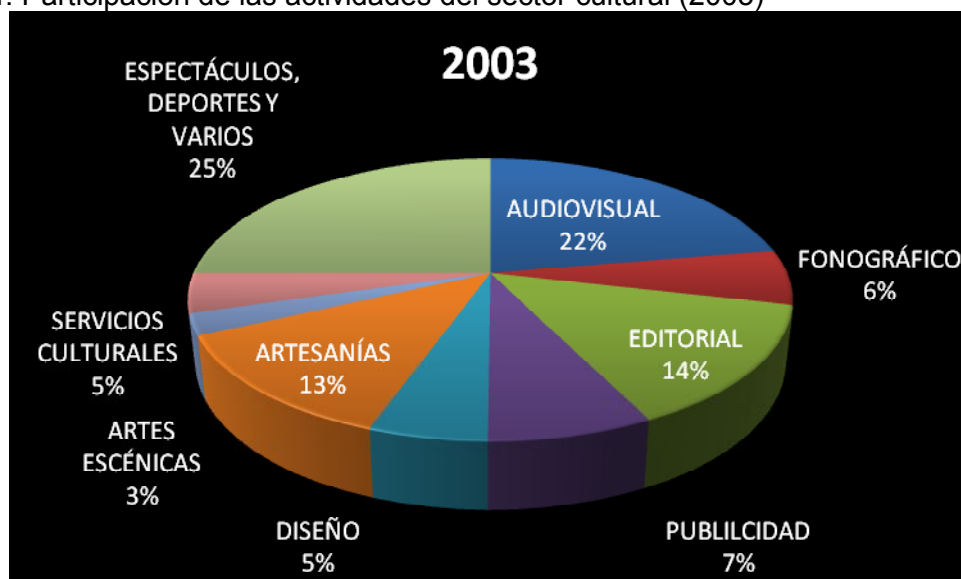
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 1999.

Cuadro 4. Participación de las actividades del sector cultural (2003)

2003	
ACTIVIDAD	TOTAL NACIONAL (%)
ESPECTÁCULOS DEPORTES Y VARIOS	24.99
AUDIOVISUAL	22.24
EDITORIAL	14.09
ARTESANÍAS	12.61
PUBLICIDAD	7.44
FONOGRÁFICO	6.34
DISEÑO	5.35
SERVICIOS CULTURALES	4.49
ARTES ESCÉNICAS	2.45

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 2004.

Gráfica 4. Participación de las actividades del sector cultural (2003)

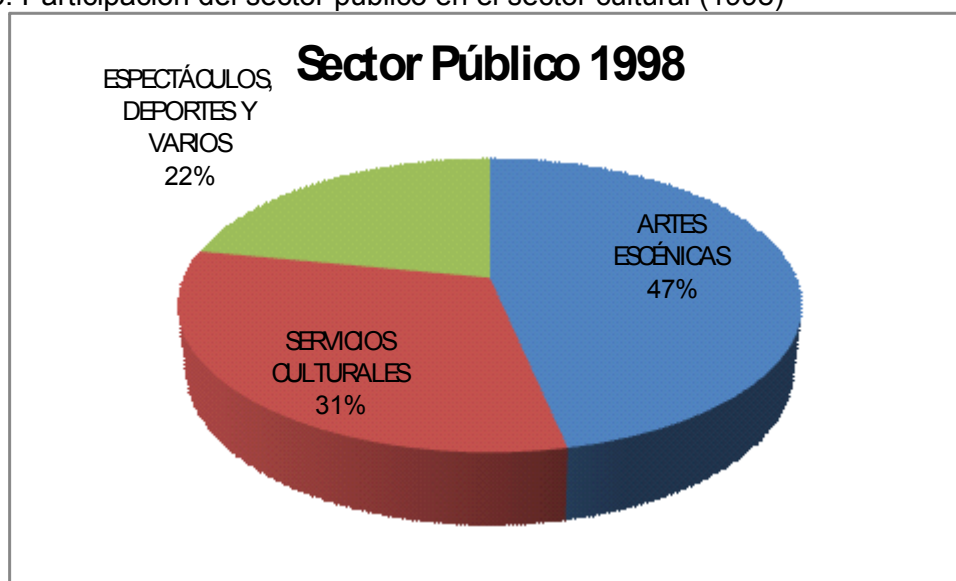


Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 2004.

Los subsectores de audiovisual y espectáculos deportes y varios son los que tienen mayor participación en el sector. La participación del resto de las actividades se mantiene sin grandes cambios para el periodo. Destaca la caída de artes escénicas de 5 a 3%, que podría explicarse por la disminución de la participación del sector público en el periodo.

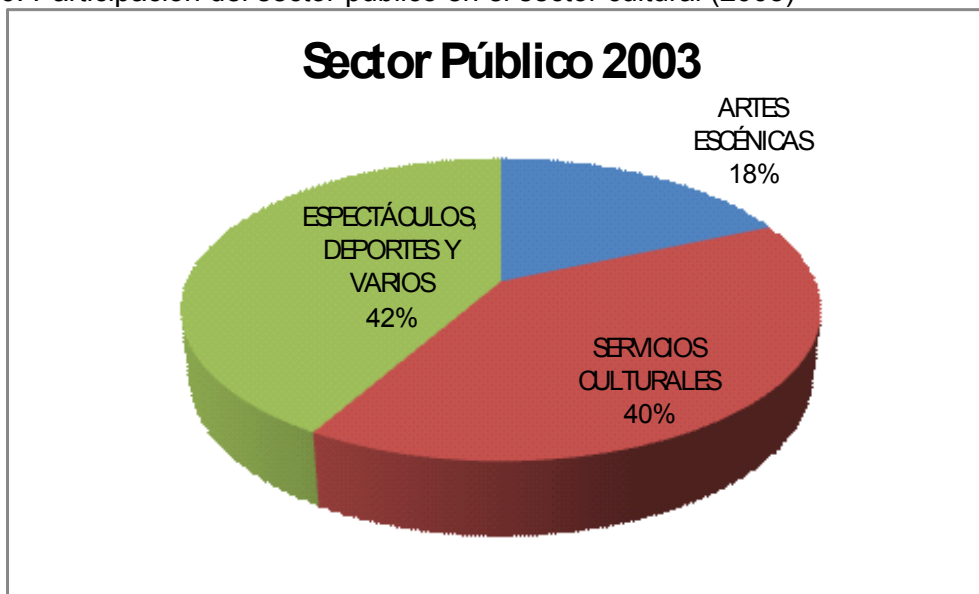
Distribución de actividades del sector público

Gráfica 5. Participación del sector público en el sector cultural (1998)



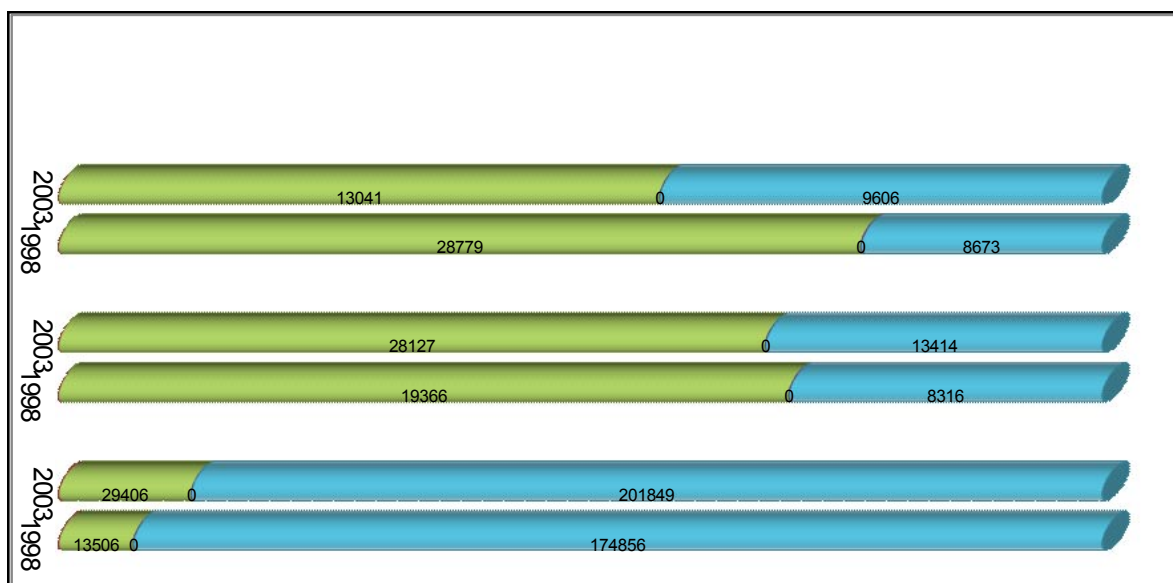
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 1999.

Gráfica 6. Participación del sector público en el sector cultural (2003)



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Censos económicos Edición 2004.

Gráfica 7. Participación sector público vs sector privado



ESPECTÁCULOS, DEPORTES Y VARIOS			
1998	SECTOR PÚBLICO	13506	SECTOR PRIVADO 174856
2003	SECTOR PÚBLICO	29406	SECTOR PRIVADO 201849
SERVICIOS CULTURALES			
1998	SECTOR PÚBLICO	19366	SECTOR PRIVADO 8316
2003	SECTOR PÚBLICO	28127	SECTOR PRIVADO 13414
ARTES ESCÉNICAS			
1998	SECTOR PÚBLICO	28779	SECTOR PRIVADO 8673
2003	SECTOR PÚBLICO	13041	SECTOR PRIVADO 9606

Para el subsector artes escénicas, aunque aumentó la participación del sector privado (de 8673 a 9606), fue mayor la caída en la participación del sector público que pasó de 28779 a 13041.

Siguiendo con el análisis por estado, el siguiente cuadro representa cuánto pesa cada sector dentro de cada Estado o especialización absoluta.

Cuadro 5.

ESPECIALIZACIÓN ABSOLUTA		
	GANANCIA	PERDIDA
AUDIOVISUAL	TLAX, YUC, NL, MOR, PUE	
FONOGRÁFICO	COL, NAY	
EDITORIAL	QROO, SLP, SON, TAMP, TLAX, YUC, MICH, PUE	MEX, OAX
PUBLICIDAD	MEX	
DISEÑO	BCS	
ARTESANÍAS	HGO	QRO, TLAX, JAL, NL, OAX
ARTES ESCÉNICAS		TAB, DUR, OAX
SERVICIOS CULTURALES		
ESPECTÁCULOS DEPORTES Y VARIOS		

La mayoría de los estados tienen especialización absoluta en audiovisual y espectáculos, es decir, la participación de esta actividad en cada estado es predominante sobre las demás.

Destaca en el análisis la pérdida de las artesanías como actividad importante en los estados de Querétaro, Tlaxcala, Jalisco, Nuevo León y Oaxaca.

El complejo editorial y el audiovisual son los que más se han extendido.

La concentración absoluta, es decir, la participación de la actividad del Estado en el total de la actividad nacional, muestra los siguientes cambios:

Cuadro 6.

CONCENTRACIÓN ABSOLUTA		
	GANANCIA	PERDIDA
AUDIOVISUAL	JAL, TAMP	
FONOGRÁFICO	MEX	PUE
EDITORIAL		MEX
PUBLICIDAD	JAL	NL
DISEÑO		
ARTESANÍAS		GTO
ARTES ESCÉNICAS	YUC	PUE, VER
SERVICIOS CULTURALES	JAL	
ESPECTÁCULOS DEPORTES Y VARIOS		BC, NL

El sector audiovisual se concentra de forma absoluta en Jalisco y Tamaulipas para el subsector audiovisual. En Jalisco, también se concentra servicios culturales y publicidad.

Con el indicador “coeficiente de localización” se distingue una posible especialización relativa o una posible concentración del mismo sector o cluster.

Una práctica muy común es agrupar estados que estén juntos con el coeficiente de localización mayor a uno para ubicar posibles clusters.

Cuadro 7.

ESPECIALIZACION RELATIVA O INTERREGIONAL		
CONGLOMERADOS (POSIBLES CONCENTRACIONES O CLUSTERS)		
	1999	2003
AGS	NO TIENE	ARTES ESCENICAS
BC	AUDIOVISUAL	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
BCS	NO TIENE	DISEÑO
CAMPECHE	ARTES ESCÉNICAS, SERVICIOS CULTURALES	ARTES ESCENICAS
COAH	NO TIENE	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
COL	SERVICIOS CULTURALES	ARTES ESCENICAS
CHIAPAS	ARTES ESCÉNICAS	FONOGRAFICO
CHIH	AUDIOVISUAL	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
DF	PUBLICIDAD	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
DURANGO	ARTES ESCENICAS	SERVICIOS CULTURALES
GTO	NO TIENE	NO TIENE
GRO	ARTESANIAS	ARTESANIAS
HGO	SERVICIOS CULTURALES	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
JALISCO	NO TIENE	NO TIENE
MEXICO	NO TIENE	NO TIENE
MICH	NO TIENE	ARTESANIAS
MOR	ARTESANIAS	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
NAY	FONOGRAFICO	ARTES ESCENICAS
NL	SERVICIOS CULTURALES	SERVICIOS CULTURALES
OAX	FONOGRAFICO Y ARTES ESCENICAS	FONOGRAFICO Y ARTES ESCENICAS
PUE	NO TIENE	NO TIENE
QRO	NO TIENE	NO TIENE
QROO	ARTESANIAS	ARTESANIAS
SLP	NO TIENE	NO TIENE
SIN	FONOGRAFICO	FONOGRAFICO
SON	DISEÑO	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
TAB	ARTES ESCENICAS Y SERVICIOS CULTURALES	SERVICIOS CULTURALES (PIERDE ARTES ESCENICAS)
TAMP	AUDIOVISUAL	AUDIOVISUAL
TLAX	SERVICIOS CULTURALES	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
VER	ARTES ESCENICAS	NO TIENE (PIERDE EL QUE TENÍA)
YUC	NO TIENE	ARTES ESCENICAS (GANA)
ZAC	ARTES ESCENICAS Y SERVICIOS CULTURALES	NO TIENE (PIERDE LOS QUE TENÍA)

Guanajuato, Jalisco, Estado de México, Puebla, Querétaro y San Luis Potosí, no tienen especialización relativa, i.e., no concentran ninguna actividad en esos estados.

Nuevo León concentra mayor población ocupada para los servicios culturales en los 2 años.

Michoacán mejora en artesanías, que es la actividad cultural que lo caracteriza.

Cuadro 8.

ESPECIALIZACION RELATIVA O INTERREGIONAL		
ESPECIALIZACIÓN RELATIVA		
GANANA	PIERDE	
	EDITORIAL, SERVICIOS CULTURALES	AGS
DISEÑO		BC
ARTES ESCENICAS	FONOGRAFICO, EDITORIAL, SERVICIOS CULTURALES	BCS
AUDIOVISUAL		CAMPECHE
FONOGRAFICO, EDITORIAL, SERVICIOS CULTURALES	PUBLICIDAD, ARTESANIAS Y ARTES ESCENICAS	COAH
PUBLICIDAD Y DISEÑO		COL
ARTESANIAS Y ARTES ESCENICAS		CHIAPAS
DISEÑO		CHIH
		DF
AUDIOVISUAL		DURANGO
PUBLICIDAD		GTO
ARTES ESCENICAS	SERVICIOS CULTURALES	GRO
ARTESANIAS		HGO
	PUBLICIDAD	JALISCO
PUBLICIDAD	ARTES ESCENICAS	MEXICO
ARTES ESCENICAS	SERVICIOS CULTURALES	MICH
DISEÑO	ARTES ESCENICAS	MOR
DISEÑO Y SERVICIOS CULTURALES		NAY
DISEÑO	ARTES ESCENICAS	NL
		OAX
ESPECTACULOS	ARTES ESCENICAS	PUE
	SERVICIOS CULTURALES	QRO
EDITORIAL Y SERVICIOS CULTURALES	PUBLICIDAD	QROO
FONOGRAFICO		SLP
	EDITORIAL, PUBLICIDAD Y SERVICIOS CULTURALES	SIN
	ARTES ESCENICAS Y SERVICIOS CULTURALES	SON
EDITORIAL	FONOGRAFICO	TAB
		TAMP
ARTES ESCENICAS		TLAX
	SERVICIOS CULTURALES	VER
	ESPECTACULOS	YUC
		ZAC

Observaciones: un cluster es una concentración de industrias dentro del estado dedicadas a la misma actividad. La posible ubicación de un cluster indica que en ese estado, esa actividad podría incentivarse para lograr crecer y hacer crecer a todo el sector.

Si bien se han perdido más conglomerados de los que se han ganado, de un periodo a otro, siguen existiendo algunos que podrían impulsar al sector.

Especialización relativa significa que hay concentraciones de industrias de esa actividad en el estado pero no tan fuertes como para llegar a ser un conglomerado. Igualmente, se puede decir que el sector sigue teniendo especialización relativa (participación de la actividad en todo el sector dentro del total nacional) en varias actividades, lo que una pérdida total de ninguna actividad.

Los coeficientes de especialización (Q_r) y de concentración regional (Q_s), muestran que las actividades y los estados se comportan de acuerdo al total sectorial nacional, por que son cercanos a cero.

No existe especialización espacial (o regional), para ninguno de los periodos. Los estados y las actividades se comportan como el nacional y como el sector en conjunto.

BSE - Base Económica o Exportable.

De aquel que se encontró que era especializado (o sea con coeficiente de localización mayor a uno), se calcula una base exportable.

Bajo el supuesto de que todas las actividades que tienen un coeficiente de localización mayor a 1 presentan especialización relativa, se calcula la base exportable de esa actividad, es decir, tomando en cuenta solo las actividades especializadas dentro del estado, se calcula lo que pueden exportar potencialmente, lo que les sobra sobre lo que producen otros estados para esa misma actividad. Esta base se llama base exportable en este caso, como lo que analizamos es población ocupada, estamos viendo el número de trabajadores por estado que se pueden exportar. Como los trabajadores no son exportables, entonces este indicador no aplica. Además, los resultados son muy cercanos a cero o igual a cero y por tanto no son significativos.

El coeficiente de reestructuración (REE) muestra que no ha habido reestructuración económica en los estados en este periodo. Al mantenerse constante, se puede suponer estabilidad y fortaleza en el sector.

Cuadro 9.

COEFICIENTE DE VARIACION			
NIVEL SECTORIAL			
	CRECIMIENTO	ESTANCAMIENTO	CAIDA
AUDIOVISUAL	x		
FONOGRÁFICO	x		
EDITORIAL	x		
PUBLILCIDAD	x		
DISEÑO	x		
ARTESANÍAS	x		
ARTES ESCÉNICAS			x
SERVICIOS CULTURALES	x		
ESPECTÁCULOS DEPORTES Y VARIOS	x		

Cuadro 10.

COEFICIENTE DE VARIACION			
NIVEL ESTATAL			
	CRECIMIENTO	ESTANCAMIENTO	CAIDA
AGS	x		
BC		x	
BCS	x		
CAMPECHE	x		
COAH			X
COL	x		
CHIAPAS	x		
CHIH			X
DF	x		
DURANGO	x		
GTO	x		
GRO	x		
HGO	x		
JALISCO	x		
MEXICO	x		
MICH	x		
MOR	x		
NAY	x		
NL	x		
OAX	x		
PUE	x		
QRO	x		
QROO	x		
SLP	x		
SIN	x		
SON	x		
TAB	x		
TAMP			x
TLAX		x	
VER	x		
YUC	x		
ZAC	x		x

El Cuadro 9 confirma el análisis hecho al principio, de 1998 a 2003, todas las actividades que integran el Sector Cultura crecen, excepto artes escénicas, que se ve afectada principalmente por la caída de la participación del sector público en el sector.

El Cuadro 10 muestra que en la mayoría de los estados hubo crecimiento. Baja California y Tlaxcala no tuvieron movimientos. Coahuila, Chihuahua, Tamaulipas y Zacatecas presentaron caída en la actividad.

Cuadro 11.

EFECTO TOTAL				
	GANANCIA	PERDIDA	EFECTO DIFERENCIAL	EFECTO ESTRUCTURAL
AGS		X	-	+
BC		X	+	-
BCS		X	-	+
CAMPECHE		X	-	+
COAH	X		+	-
COL		X	-	+
CHIAPAS		X	-	+
CHIH	X		+	-
DF		X	-	-
DURANGO		X	-	-
GTO	X		-	+
GRO		X	-	+
HGO		X	-	+
JALISCO		X	-	-
MEXICO		X	-	-
MICH	X		-	+
MOR		X	-	+
NAY		X	-	+
NL	X		+	-
OAX	X		-	+
PUE	X		+	+
QRO		X	-	+
QROO		X	-	+
SLP		X	-	+
SIN		X	-	+
SON		X	-	-
TAB		X	-	-
TAMP	X		+	+
TLAX	X		+	-
VER	X		+	+
YUC	X		+	+
ZAC	X		+	+

El efecto total muestra la comparación entre el valor final en el año 2003 y un valor hipotético que hubiera sido si la variable se hubiera comportado como el país. Un valor positivo refleja una ganancia hipotética y un valor negativo una pérdida hipotética.

El efecto total es la suma es la suma del efecto diferencial y el efecto estructural.

El efecto diferencial muestra las diferencias entre los niveles finales e hipotéticos de cada actividad en el estado.

El efecto estructural muestra las diferencias de crecimiento de los distintos sectores en el ámbito nacional combinado con el peso relativo de tales sectores en el ámbito nacional y regional.

Conclusiones

Este ejercicio es un intento de aproximación a la magnitud del Sector Cultura, pero ningún tipo de análisis económico puede perder de vista el valor cultural del sector, independiente al económico, *i.e.*, la importancia de las industrias y actividades culturales radica no solo en la generación de valor económico, sino valor cultural.

El reconocimiento e identificación del Sector Cultura de la economía es el primer paso para diseñar el tipo de información necesaria para hacer políticas que incentiven y fortalezcan al sector. También representa información oportuna al sector privado para satisfacer la demanda insatisfecha.

Son de utilidad las técnicas de análisis regional para identificar las actividades que tienen potencial de crecimiento o las que se han descuidado en cada estado.

En general, en el periodo estudiado, el sector permaneció sin grandes cambios, pero sin aprovechar el gran potencial que tiene México como generador de riqueza cultural.

Referencias

- Achugar, Hugo.** (1999). Las Industrias culturales en la integración latinoamericana.
- Bourdieu, Pierre.** (2003). Capital cultural, escuela y espacio social. Editorial Siglo XXI.
- Carrasco Arroyo, Salvador.** (2006). Medir la cultura: una tarea inacabada.
- Censos Económicos* 1999 y 2004. INEGI.
- CONACULTA. (2004). Encuesta Nacional de Preferencias y Consumo Cultural.
- Conapo, página de internet: www.conapo.gob.mx
- Dittrich, Kathinka.** La Cultura como factor económico - El Estado y las industrias culturales.
- Echeverría, B.** (2001), Definición de la cultura, México: Itaca, 1-275.

García Canclini, Nestor. Culturas en globalización. América Latina – Europa - Estados Unidos: libre comercio e integración.

García Canclini, Nestor. Industrias culturales en la integración latinoamericana

García Canclini, Nestor. Economía y cultura: los países latinos en la esfera pública transnacional.

García Canclini, Nestor. Opciones de políticas culturales en el marco de la globalización.

García Canclini, Nestor y Piedras Fería, Ernesto. (2006). Las industrias culturales y el desarrollo de México. Siglo XXI.

Geertz, Clifford. (1988). La interpretación de las culturas. Editorial Gedisa

Getino, Octavio. (2006). El capital de la cultura.

Giménez, Gilberto. (2005). La Teoría y el Análisis de la Cultura. Vol. I CONACULTA. México.

Ginsburgh, V. A., Thorsby, David. (2006). Handbook of the economics of art and culture

Horkheimer, May y Adorno, Theodor (1988). Dialéctica del iluminismo. Editorial Sudamericana.

Mohan Rao, J. Cultura y desarrollo económico.

Piedras, Ernesto. (2004). ¿Cuánto vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México. CONACULTA. México.

Rey, Germán. (2004). La cultura en los tratados de libre comercio y el ALCA.

San Martín Sala, Javier. Teoría de la cultura. Ed. Síntesis. (1999).

Schargorodsky, Héctor. Industrias culturales: el desafío es la productividad.

Sen, Amartya. La cultura como base del desarrollo contemporáneo.

Yamane, Taro. (1979). McGraw Hill.

Yudice, George. (2002). El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global.