**CRITERIOS DE MEDICIÓN DE EVENTOS CULTURALES Y CREATIVIDAD ARTÍSTICA**

Se presentan dos casos de medición que en la actualidad están siendo aplicados: el primero corresponde a los ensayados en el conjunto de países latinoamericanos que han seguido los acuerdos establecidos por la UNESCO. El segundo es utilizado por los de habla inglesa.

Una variedad de **encuestas** se suman para ofrecer datos diversos:

— Encuestas de visitantes o públicos: dirigidas a un público en particular para recabar información sobre una oferta cultural específica. Permite obtener una idea inmediata de la composición de un grupo y conocer su comportamiento, actitudes, preferencias y niveles de satisfacción

— Encuesta muestral de la población general: dirigida a toda la población de una zona para estudiar los fenómenos de la participación cultural de manera global y exhaustiva.

— Encuestas sobre el uso del tiempo (EUT): diseñadas para saber cómo usa y pasa el tiempo la población. Nos ayuda a entender la relación entre la participación cultural y otras actividades de la vida diaria.

— Encuestas sobre gastos domésticos: se les pide a los hogares que proporcionen información sobre sus gastos en bienes de consumo y servicio, y otros propósitos, durante un tiempo determinado.

Los **indicadores estadísticos** posibilitan un análisis profundo en los estudios de participación en las artes o eventos culturales de la sociedad en general o de subgrupos específicos. Estos pueden ser a través de:

- Registros administrativos que sirven para obtener información basada en números.

- Índice de participación en actividades culturales.

- Índice de frecuencia de actividades culturales.

- Tiempo pasado en la participación cultural.

- Gasto cultural.

Por ejemplo, el caso colombiano, asistido por UNESCO, tiene una alta relevancia porque ha logrado decantar una metodología para la aproximación a las medidas de impacto que las manifestaciones culturales tienen: los festivales, las fiestas y los encuentros son espacios culturales de participación, reunión, inclusión social, consolidación de identidad colectiva, construcción de significados simbólicos, de sentido y pertenencia, de fortalecimiento comunitario. Todo ello patrimonio cultural inmaterial defendible de una sociedad que debe ser considerado mediante su difusión, reconocimiento y transmisión. Puede verse también como la dimensión simbólica en la que la misma sociedad se representa, se mantiene y ordena para dar sentido a sus continuidades (ver González, E., *et al*., 2013. *Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de festivales en Colombia*, EAN, 114 pp.)

**REFERENTE 1. Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica[[1]](#footnote-1)**

Esta metodología tiene como objetivo generar indicadores monetarios y no monetarios que permitan evaluar y dar seguimiento a la inversión realizada para diversos eventos, así como la identificación de su impacto económico. Se propone, además, brindar insumos sobre su impacto social y cultural.

***Criterio 1. Entrevista a profundidad para organizadores***

Se lleva a cabo con el fin de recolectar información cualitativa y cuantitativa del evento. La información cualitativa que se busca identificar incluye los siguientes aspectos de cada evento:

* Objetivos de realización.
* Sostenibilidad e impacto económico, social y cultural.
* Existencia de herramientas para realizar su seguimiento y evaluación.
* Existencia de normas, lineamientos o reglamentos para su regulación o estímulo.
* Identificación de estadísticas o memorias existentes.
* Articulación institucional, empresarial y comunitaria existente para su realización.
* Recomendaciones generales para la mejora.

La información cualitativa recolectada permite establecer los objetivos culturales y sociales por los cuales los organizadores creen necesaria la realización del evento en estudio, y la sostenibilidad del mismo desde los puntos de vista culturales y sociales, así como económicos.

En cuanto a la información cuantitativa que se pretende obtener, se mencionan los siguientes aspectos:

* Presupuesto con el que se contó para realizar el evento.
* Fuentes de financiamiento.
* Desglose de todos los gastos y subcontrataciones de servicios considerados en la ejecución presupuestaria (demanda interna y externa).
* Número de personas empleadas y horas laboradas (considerando personal voluntario).
* Estimación del número de asistentes y visitantes al evento.

El cruce de información cualitativa y cuantitativa aportará a los organizadores, artistas, ponentes, expositores y público asistente insumos para analizar los aspectos culturales y sociales, así como los estímulos legislativos y recomendaciones que permitan mantener y mejorar la sostenibilidad económica del evento.

Una propuesta para calcular económicamente los costos y beneficios de la inversión pública para la aplicación de las políticas culturales es, en el caso de Costa Rica, formulado por la UNESCO para los países latinoamericanos, puede expresarse en los siguientes términos:

El impacto económico directo del evento cultural se obtiene a través de la Cuenta de Producción, donde se identifica la Producción Cultural (Valor Bruto de Producción, **VBP**) generada a partir de la realización del evento cultural, la cual consiste, en el caso de la producción fuera de mercado, en la suma del valor total de los insumos requeridos para generar el servicio cultural. La fórmula para calcular el Valor Bruto de producción es la siguiente:

**VBP = CI + VA**

El Consumo Intermedio, representado en la fórmula con las iniciales “**CI**” es el valor de aquellos bienes y servicios que se utilizan para obtener otro producto, en este caso para obtener el producto cultural. Se obtiene del total ejecutado que se identifica en una pregunta que hace referencia a un listado que considera los montos que fueron gastados en rubros determinados, tales como alojamiento, servicio de comida, impresión y reproducción de grabaciones, etc...

Las iniciales “**VA**” corresponden al Valor Agregado, el cual representa el valor adicional que se aporta a la economía a partir de la producción del evento cultural. Está integrado por los componentes de la Cuenta de Generación del Ingreso, la cual representa una extensión de la Cuenta de Producción en la que se registran los ingresos primarios devengados por las unidades institucionales que participan directamente de la producción (Sistema de Cuentas Nacionales 2008), es decir, el pago efectuado a la mano de obra (remuneraciones), la contribución del capital al proceso de producción (depreciación), la deducción del valor apropiado por el gobierno (impuestos a la producción) y la suma de las subvenciones sobre la producción. El Valor Agregado se obtiene de la siguiente manera:

**VA = RA + CKF + (T-S)**

En esta fórmula, las siglas “**RA**” se refieren a la Remuneración a los Asalariados, “**CFK**” alude al Consumo de Capital Fijo, mientras que “**T**” y “**S**” representan los Impuestos sobre la Producción y las Subvenciones a la Producción respectivamente.

La remuneración a asalariados incluye las remuneraciones totales, ya sea en dinero o en especies, a pagar por parte de la empresa o institución que realiza el evento a los asalariados (no se consideran los contratistas) que están involucrados y velan por la realización del evento. Dicho cálculo se obtiene a partir de una pregunta que hace referencia a la cantidad de personas de planilla o fijas de las instituciones/empresas que tienen que ver y velar por la realización del evento; el tiempo laborado para el evento y el salario promedio.

**RA = HPL \* SPH \* NPE**

En esta fórmula, las siglas “**HPL**” se refieren a la cantidad de horas promedio laboradas, “**SPH**” al salario promedio por hora y “**NPE**” al número de personas empleadas.

Para el caso de medidas de encuestas, podemos considerar los siguientes puntos para poder encontrar su expresión económica, que ha sido aplicado en Costa Rica.

***Criterio 2. Encuesta a público asistente***

La población de estudio de esta encuesta es el público que asiste al evento cultural. Para esta encuesta son de interés los siguientes aspectos:

* Asistencia: número de días que ha asistido al evento; número de días adicionales que piensa asistir; motivo por el cual asiste; personas con las que asiste y actividades que visitó durante el evento, así como el medio por el cual se enteró del mismo.
* Consumo: cantidad y montos de artículos que compró en el evento.
* Calificación: de diversos aspectos del evento.
* Personales: sobre características sociodemográficas del público que asiste al evento.

**REFERENTE 2. Indicadores UNESCO[[2]](#footnote-2)**

La UNESCO ha podido establecer un método general de cálculo sobre los datos disponibles procedentes de encuestas oficiales, a partir de una lista de las actividades que se incluyen en dos indicadores: el de las actividades fuera del hogar y el de las fortalecedoras de identidad.

*Actividades fuera del hogar:*

* Porcentaje de personas que han asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han ido a una representación teatral (ópera, teatro, cabaret, títeres, narración de relatos) o de danza (ballet clásico, baile moderno, danzas folclóricas) en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han asistido a un concierto o un espectáculo musical en directo en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han visitado un parque histórico o cultural, o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han visitado un museo, una galería de arte o una exposición de artesanía en los últimos 12 meses.

*Actividades fortalecedoras de identidad*

* Porcentaje de personas que han asistido a una festividad nacional o local en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales e históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses.
* Porcentaje de personas que han participado en ceremonias, rituales o eventos comunitarios (por ejemplo, nacimientos, enlaces matrimoniales, funerales o ritos de paso de otro tipo) en los últimos 12 meses.

Posteriormente se calculan y tabulan los porcentajes de cada una de las actividades enumeradas (por ejemplo, porcentaje de personas que van al cine, porcentaje de personas que van al teatro, etc.) para los indicadores de las actividades fuera del hogar y las fortalecedoras de identidad, utilizando la fórmula [1]:

*Indicadori* = *Actividadi*[1]

*N*

Donde ***N*** es la población total de referencia

A continuación se define la población abarcada en las fuentes de datos disponibles. Lo ideal es examinar la población de 6 años de edad en adelante. Si esto no es posible, se recomienda centrarse en la población de 15 años de edad en adelante o, alternativamente, en la franja de población de 15 a 64 años de edad. Se debe excluir las personas internadas en instituciones como hogares de jubilados, cárceles, etc. Por otro lado también es importante especificar el periodo de referencia: se recomienda utilizar un periodo de referencia de 12 meses.

Finalmente, se calculan los indicadores sintéticos para las actividades fuera del hogar y las creadoras de identidad, elaborando dos nuevas variables a nivel de los microdatos:

1. *PART1=1*, si el individuo i participa como mínimo en una de las actividades culturales fuera del hogar.
2. *PART2=1*, si el individuo i participa como mínimo en una de las actividades culturales fortalecedoras de identidad.

A cada individuo se le atribuye 1 en caso de que haya realizado como mínimo una actividad cultural y 0 si no ha realizado ninguna. *PART1* se utiliza por lo tanto en la fórmula [1] para calcular la proporción de personas que han realizado como mínimo una actividad cultural fuera del hogar. Siempre y cuando sea posible, los datos correspondientes a los dos indicadores se deben desglosar por sexo, nivel de estudios alcanzado, situación geográfica (urbana/rural), grupo de ingresos y grupo de edad.

**Orientaciones para la interpretación de los resultados**

Los dos indicadores centrales sobre participación cultural son descriptivos. Proporcionan una imagen de los niveles de participación en las actividades culturales fuera del hogar y en las fortalecedoras de identidad, ofreciendo una visión del grado de vitalidad cultural y de compromiso social con la cultura, así como de las divisiones o exclusiones que puedan existir en el seno de la sociedad.

**REFERENTE 3. Indicadores de la International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA), Publicados en el D’art report[[3]](#footnote-3)**

En la misma tesitura en la que podemos observar la tendencia para medir los eventos culturales o creación artística, la International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA), es una organización que reúne a países como EE UU, Canadá, Nueva Zelanda, Australia, etc., todos de habla inglesa. Como la UNESCO, con los mismos objetivos de relacionar los eventos culturales con las políticas públicas, incluyen condiciones económicas, con sus gastos y ganancias, para que queden integrados los cálculos presupuestarios de los gobiernos en las políticas culturales.

Las investigaciones se dirigen hacia el impacto social, los efectos sociales, valor, beneficios, participación, cohesión social, capital social, exclusión social o inclusión, desarrollo comunitario, calidad de vida, y bienestar. En estas investigaciones hay dos aproximaciones discernibles. Algunas sortean el tema de “arriba hacia abajo”, explorando los impactos sociales del arte en los que los impactos no económicos significan lo “social”, o impactos relacionados con políticas sociales. Otros, particularmente en los EE UU, se aproximan a los efectos de impacto de “abajo hacia arriba”, explorando las motivaciones personales en la participación para y las experiencias artísticas, así como evaluando los impactos de programas artísticos. Independientemente de la aproximación, en tanto nuestra comprensión de las actividades artísticas se desarrolla, así es con las medidas (indicadores) mediante las cuales apuntamos a monitorear y evaluar estas actividades.

Bajo esta corriente, se han alcanzado cuando menos cinco estadios distintivos en el desarrollo de los indicadores:

* Conceptualización
* Selección
* Definición
* Recopilación
* Procedimientos administrativos y evaluación.

Un indicador cultural es una estadística que puede ser usada para dar sentido, monitorear, o evaluar algún aspecto cultural, como las artes o programas y actividades de las políticas culturales.

Del manejo de indicadores cada vez más sofisticados han derivado esquemas o guías a seguir para la evaluación de políticas culturales:



Source: Bonet (2004)

Para el caso de este tipo de esquemas, modelos y métodos son considerados indicadores más complejos para una variedad de propósitos. Por ejemplo:

* De monitoreo y evaluación de políticas de arte.
* De monitoreo de cambio en las artes y sectores culturales.
* De evaluación del resultado del programa.
* De procesos de convocatorias.
* De delegación de las artes al gobierno o a agencias de gobierno, al público, o las empresas.
* De proveer asesoría experta en las artes al gobierno, a agencias gubernamentales, al público o a los negocios.
* De informar de la totalidad de las políticas de gobierno.
* De monitoreo y evaluación del desempeño de acuerdos o convenios con organizaciones e instituciones culturales (como grandes compañías u organizaciones artísticas con financiamientos múltiples).
* De desarrollo estratégico y planeación a futuro.

Coordinación Ejecutiva de Asuntos Especiales y Asesoría Cultural

30 de abril de 2019

1. *Metodología de medición de eventos culturales masivos en el marco de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica*. (2014), Costa Rica, Ministerio de Cultura y Juventud, 53 pp. [↑](#footnote-ref-1)
2. *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual metodológico*. (2014), Francia, UNESCO, 140 pp. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Statistical Indicators for Arts Policy*. (2005), International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA), 47 pp. [↑](#footnote-ref-3)