

## El Centro Histórico de Asunción, Paraguay como ciudad creativa: su impacto económico y social. Año 2018<sup>1</sup>

*The economic and social impact of the Historical Center of Asunción, Paraguay as a creative city. 2018*

Clarissa Rodríguez,<sup>ORCID</sup> Marcela Achinelli,<sup>ORCID</sup> Dahiana Ayala,<sup>ORCID</sup>  
Gloria Rodríguez,<sup>ORCID</sup> Oscar Barrios<sup>ORCID</sup>

Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Ciencias Económicas. Asunción, Paraguay.

**Recibido:** 14/09/2020

**Aceptado:** 29/01/2021

### RESUMEN

Se ha visto en los últimos años, que cada vez más las ciudades juegan un rol bastante importante como espacios de influencia cultural, inclusión social y como catalizador del desarrollo económico de una región, incluso de un país. En este sentido el trabajo de investigación tiene por objetivo evaluar el impacto económico, social y cultural de las iniciativas de la economía creativa en el Centro Histórico de Asunción (CHA), por medio de una triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos, cronológicos y espaciales. La metodología aplicada de acuerdo con las distintas fases de la investigación consistió en un enfoque sistémico, bibliográfico-documental y de campo; este último constó de tres fases: la primera enmarcada en la delimitación de criterios de dominio de las empresas culturales y creativas, la segunda fase en la construcción del mapeo de campo sobre una línea de base teniendo en cuenta el Censo Económico Nacional de 2011 y, la tercera fase se basó en el diseño de la encuesta para relevar datos socioeconómicos a través del software survey arc-gis. En Paraguay la estadística del área cultural y creativo es escasa, el desafío de este proyecto fue aproximar cuantitativamente el aporte de la cultura, específicamente el CHA. Por tanto, se seleccionó la metodología de indicadores simples para cada dimensión tomando como base el manual de indicadores para el área cultural y creativo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura de 2014, adaptado al caso de estudio de la investigación atendiendo la disponibilidad de datos con que se cuenta. Los principales

<sup>1</sup> Esta investigación ha sido realizada en el marco del Proyecto PROCENCIA PINV 15-692 de la Facultad de Ciencias Económicas (FCE) y la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte (FADA) de la Universidad Nacional de Asunción (UNA) cofinanciado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), con recursos del FEEI. El CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación. Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias

resultados obtenidos indican que, de un total de 318 empresas del rubro cultural y creativo en el CHA, considerando datos de unidad económica, gastos de las empresas, ocupación y niveles de venta del año 2018, el aporte de las Economía Cultural y Creativa del CHA respecto al PIB es del 1,8% y la generación del empleo creativo a nivel país es de 0,29% proveniente del CHA. Las principales fuentes de ocupación son: la enseñanza, el arte, entretenimiento y recreación seguidas de actividades de información y comunicación. El 53,4% de los empleados tienen ingresos menores o iguales al salario mínimo; los niveles de ventas fueron superiores a los gastos, con un alto margen de ganancias para las empresas de aproximadamente 41%. Se concluye que, la política educacional se mantuvo constante a lo largo del periodo (2010-2019) siendo las horas semanales anuales dedicadas al arte 30 y 38 horas en el segundo y tercer ciclo respectivamente. La presencia de las Organizaciones no Gubernamentales culturales en el CHA, así como empresas dedicadas al rubro del audiovisual, migraron hacia otras zonas de Asunción, siendo muy pocas las que mantienen sus establecimientos en el periodo analizado. Por lo tanto, se considera que: la educación especializada es necesaria, la búsqueda del financiamiento es un desafío del sector, así también la articulación entre los diferentes actores. Finalmente, la cuantificación a partir de las cuentas satélites es clave de manera que el Estado tenga un rol definido y un Plan Nacional que permita el despegue del sector.

**PALABRAS CLAVE:** ciudades, creativo, desarrollo, económico, cultura

## ABSTRACT

It has been seen in recent years that more and more cities play a fairly important role as spaces of cultural influence, social inclusion and as a catalyst for the economic development of a region, even a country. In this sense, the research work aims to evaluate the economic, social and cultural impact of creative economy initiatives in the Historic Center of Asunción, through a triangulation of quantitative and qualitative, chronological and spatial methods. The methodology applied according to the different phases of the research consisted of a systemic, bibliographic-documentary and field approach, the latter consisted of three phases, the first consisted of the delimitation of criteria for the domain of cultural and creative companies, the second phase in the construction of the field mapping on a baseline taking into account the National Economic Census of 2011. The third phase was based on the design of the survey to collect socioeconomic data through the arcgis survey software. In Paraguay the statistics of the cultural and creative area are scarce, therefore the challenge of this project was to quantitatively approximate the contribution of culture (specifically the Historic Center of Asunción). For this, the methodology of simple indicators for each dimension was selected based on the manual of indicators for the cultural and creative area of UNESCO of 2014, adapted for the case study taking into account the availability of data. The main results obtained indicate that, of a total of 318 companies in the cultural and creative sector in the historic center of Asunción, considering data on economic unit, occupation and sales levels and expenses of companies in 2018, the contribution of the

Cultural and Creative of CHA in GDP is 1.8%, 0.29% of creative employment at the country level is found in CHA. The main sources of employment are teaching, art, entertainment and recreation, followed by information and communication activities. 53.4% of employees have incomes less than or equal to SM, sales levels were higher than expenses, with a high profit margin for companies of approximately 41%. It is concluded that 0.29% of creative employment at the country level is found in the CHA, the line of education, according to official data, educational policy remained constant throughout the period (2010-2019) being the Total weekly hours dedicated to art 30 and 38 in the second and third cycle respectively. The presence of cultural NGOs in the CHA, in some way, as well as companies dedicated to the audiovisual sector, migrated to other areas of Asunción, with very few maintaining their establishments in the period analyzed. Therefore, it is considered that; specialized education is necessary, the search for financing is a challenge for the sector, as well as the articulation between the different actors. Finally, quantification from satellite accounts is key so that the State has a better defined role and a National Plan that allows the sector to take off.

**KEY WORDS:** cities, development, economic, culture, Paraguay

**AUTOR CORRESPONDIENTE:** Dra. Clarissa Rodríguez Cañete. Doctora en Economía. Universidad Nacional de Asunción, Facultad de Ciencias Económicas. Asunción, Paraguay. Email: [crodriguez@eco.una.py](mailto:crodriguez@eco.una.py)

## INTRODUCCIÓN

La planificación en políticas públicas es fundamental para el desarrollo de los sectores de la sociedad, “Lo que no se define no se puede medir, lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre”, menciona Thomson Kelvin (1824 – 1907) cuya frase fue utilizada en el contexto del desarrollo empresarial por Peter Druke.

En el sector cultural Charles Landry (2008) plantea indicadores de creatividad los que fueron replicados en varios países. Sin embargo, la aplicabilidad varía de un país a otro, debido fundamentalmente a la estadística disponible para la construcción de los indicadores de creatividad.

Para el caso de estudio en el Centro Histórico de Asunción (CHA) se optó por construir un indicador simple para cada dimensión de análisis: económico, social y cultural por dos motivos. El primero obedece a una metodología sólida proveída por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2014), y el segundo, es que estos indicadores permiten la comparabilidad con otros países.

Esta metodología fue aplicada en once países, donde a partir de datos empíricos se pudo obtener una visión pluridimensional del desarrollo cultural (UNESCO, 2014). En Latinoamérica se cuenta con evidencia de la aplicación del instrumento, mostrando una cantidad de indicadores consecuencia de la disponibilidad de datos heterogéneos (tabla 1).

**Tabla 1.** Construcción de los indicadores en Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Año 2014

País	Dimensión	Indicador	Fuente
Colombia (2014)	Economía Educación Gobernanza Participación Social Igualdad de Género Comunicación	PIB, empleo, gasto en hogares Educación: plurilingüe, artística, inclusiva, profesional Marco normativo, marco político, infraestructura, sociedad civil Participación fuera del hogar, identidad, tolerancia intercultural, confianza y libre determinación	Cuenta Satélite de la Cultura, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Ministerio de Educación Nacional, Latinobarómetro, Encuesta Mundial de Valores, Freedom House, Señal Colombia, UNESCO, consultas/encuestas realizadas por el estudio
Ecuador (2014)	Patrimonio	Desigualdades hombres/mujeres, percepción de la igualdad de género Libertad de expresión, uso de internet, diversidad de ficción en tv Sostenibilidad de patrimonio	Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Educación de Ecuador, Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, Ministerio de Cultura, Atlas de Patrimonio de Infraestructura cultural de Ecuador, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Latinobarómetro, Encuesta Mundial de Valores, Freedom House, UNESCO, consultas/encuestas realizadas por el estudio
Perú (2014)			Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú, Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, Atlas de Patrimonio de Infraestructura cultural de las Américas, Latinobarómetro, Encuesta Mundial de Valores, Freedom House, UNESCO, consultas/encuestas realizadas por el estudio
Uruguay (2014)			Instituto Nacional de Estadística – Uruguay, Administración Nacional de Educación Pública, Universidad de la República, Encuesta Mundial de Valores, Latinobarómetro, Freedom House, Televisión Nacional del Uruguay, UNESCO, consultas/encuestas realizadas por el estudio

**Fuente:** Elaboración propia con base a informes técnicos de indicadores de cultura para el desarrollo UNESCO – Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay.

Cabe destacar que no todas las dimensiones fueron medibles en cada país. Por ello, determinados datos se tomaron como indicadores de referencia; en algunos casos fueron construidos como indicadores descriptivos; y en otros no se contaron con datos para la construcción del mismo. Los resultados de la dimensión económica en los países mencionados pueden observarse en la tabla 2.

**Tabla 2.** Principales resultados económicos del indicador en Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Año 2014

País/ Dimensión	Variable	Colombia	Ecuador	Perú	Uruguay
Economía	PIB	3,14% contribución del sector cultural al PIB (construido a partir de la cuenta satélite)	4,76% contribución del sector cultural al PIB (a partir del Censo Económico)	1,58% contribución del sector cultural al PIB (a partir del Censo Nacional Económico)	s/d
	Empleo	2,1% porcentaje de personas con ocupaciones culturales	2,2% porcentaje de personas con ocupaciones culturales	3,3% porcentaje de personas con ocupaciones culturales	3,1% porcentaje de personas con ocupaciones culturales
	Gasto en hogares	2,75% del total de los gastos de consumo de los hogares	3,41% total de los gastos de consumo de los hogares	1,56 % total de los gastos de consumo de los hogares	3,08% total de los gastos de consumo de los hogares

**Fuente:** Elaboración propia con base a informes técnicos de indicadores de cultura para el desarrollo UNESCO – Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay.

Un diagnóstico cualitativo y cuantitativo de la economía creativa en Paraguay llevado a cabo por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Centro de Información y Recursos para el Desarrollo (CIRD) presentó resultados similares a los mencionados en la tabla 2, donde el Valor Agregado Creativo (VAC) del sector creativo sobre el Valor Agregado Total (VAT) de la economía fue de 2,5% para el 2018. Este indicador se utilizó como un aproximado a la participación de la economía creativa atendiendo a que Paraguay no cuantifica, de manera desagregada en sus cuentas nacionales el sector de la cultura (Zanabria y Villarino, 2019).

## MATERIALES Y MÉTODOS

En la investigación se construyó un indicador creativo socioeconómico para cada dimensión a partir de las recomendaciones de la UNESCO y con base a la disponibilidad de datos para el área geográfica estudiada.

El indicador creativo socioeconómico se construyó con base a los datos proporcionados por el Censo Económico Nacional (CEN, 2011) que es la línea de base utilizada para obtener dichos indicadores, incorporados en el censo sobre las Empresas Culturales y Creativas (ECC) de 2018, recolectados por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Asunción (FCE-UNA).

**Figura 1.** Indicador Centro Histórico de Asunción (ICHA)- definición de variables

<b>Empleo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de Ocupados en las ECC: Hombres empleados en el año 2018</li> <li>• Mujeres empedadas en el año 2018</li> </ul>
<b>Salario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel Salarial de los empleados en las ECC: Hombres y Mujeres</li> </ul>
<b>Transacciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas de las ECC: Nivel de Ventas de la ECC en el año 2018</li> <li>• Gastos de las ECC: Nivel de Gastos de la ECC en el año 2018</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base a los procesos seguidos en el proyecto

La variable Empleo se construyó a partir del total de personas ocupadas en el sector de la cultura en el CHA.

- Para el cálculo de la Ocupación se tuvo en cuenta la siguiente fórmula

$$\% \text{ de Ocupados en ACC} = \frac{\text{Ocupados en ACC 2018}}{\text{Ocupados Totales en ACC 2010}} * 100$$

- Para el cálculo de las unidades económicas se tuvo en cuenta la siguiente formula:

$$\% \text{ de Unidades Económicas} = \frac{\text{UE dedicadas a ACC 2018}}{\text{UE dedicadas a ACC 2010}}$$

La variable cultural se obtuvo utilizando la información proveniente de las horas dedicadas al arte en el segundo ciclo (cuarto al sexto grado) y tercer ciclo (séptimo al noveno grado) de la educación escolar básica. La educación artística formal, expuesta en el planeamiento del Ministerio de Educación y Ciencias, fomenta la cultura a través de las materias de música, teatro, danza y artes plásticas. El indicador refleja las horas semanales dedicadas al arte sobre el total de horas semanales de las otras materias.

La variable social utilizó la información proveniente de la lista de la Organización de la Sociedad Civil (OSC) total versus el listado de OSC dedicadas al arte, construidas a partir del trabajo de campo elaborado para esta investigación. Dicha lista de ONGs está disponible en la página del Sistema Nacional de Cultura (SICPy) y el directorio de las OSC elaborado por el CIRD.

Análogamente, se presentan los resultados de un enfoque cualitativo denominado “Mapeo de Actores” donde, a partir de entrevistas semi-estructuradas y el workshop realizado con referentes del sector estudiado, se identificó la influencia de los individuos que (COMO) parte del ecosistema analizado, atendiendo su injerencia dentro del proceso, intervención o cadena productiva. Metodológicamente permite identificar a los actores de interés estratégico y clave, definiendo las interrelaciones conforme a quienes son, que hacen, como lo hacen y con quienes lo hacen. Tanto las entrevistas realizadas como los actores participantes del workshop pertenecen a instituciones públicas, privadas, OSC, cámaras y fuente de financiamiento.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### El proceso previo al análisis de Impacto

El centro de la ciudad de Asunción es considerado el espacio geográfico de mayor atracción de actividades económicas, sociales y culturales por varias décadas, en ella confluyen más de dos millones de personas que se desplazan desde las ciudades periféricas para realizar sus actividades laborales (PNUD Paraguay, 2019).

Asunción, no solo se destaca por su atracción económica, como ciudad generadora de empleo de una gran cantidad de ciudadanos de los departamentos de Central y Cordillera, también se destaca por su riqueza monumental y patrimonial, en tal sentido se analiza el impacto de las actividades económicas ligadas a la cultura y la creatividad que dinamizan parte de la economía capitalina y las perspectivas a futuro de la ciudad (DGEEC, 2015).

### Impacto Económico de las Actividades Culturales y Creativas

Las dimensiones que pueden arrojar el indicador son: a nivel CHA, Asunción y País, para los años 2010 y 2018.

Las unidades económicas dedicadas a actividades culturales y creativas representaron el 33,3% de lo indicado en 2010, según el CEN del mismo año, mientras que el personal ocupado en estas actividades representaba en 2018 el 35,9% del total de ocupados totales<sup>2</sup> en 2010, esta situación se debe a la migración a otros puntos de la ciudad fuera del CHA<sup>3</sup>; la mutación a otros rubros no creativos ni culturales y/o el cierre definitivo de la empresa que muchas de las unidades económicas han sufrido a lo largo de 8 años (tabla 3).

**Tabla 3.** Dimensiones del Estudio e Impacto en el Centro Histórico de Asunción, Paraguay. Años 2010 y 2018

DIMENSIÓN ECONÓMICA	2010	2018	2010	2018
Personal Ocupado Creativo (POC) país	799.153	845.056		
Personal Ocupado Creativo (POC) CHA	6.876	2.467		36%
Unidades Económicas CHA	955	318		33%
DIMENSIÓN CULTURAL				
Horas dedicadas al arte segundo ciclo	2	2	7%	7%
Horas dedicadas al arte tercer ciclo	4	4		
Horas dedicadas al arte total semanas segundo ciclo	30	30	11%	11%
Horas dedicadas al arte total semanas tercer ciclo	38	38		
DIMENSIÓN SOCIAL				
ONG dedicadas al arte país	150	94	36%	17%
ONG dedicadas al arte CHA	54	16		

**Fuente:** Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos (DGEEC), Ministerio de Educación y Ciencias (MEC), Centro de Información de recursos para el Desarrollo (CIRD) y Sistema Nacional de Información Cultural del Paraguay (SICPY).

<sup>2</sup> Dentro de los datos proveídos por el CEN, 2011 muchas actividades no pertenecen a la clasificación de industrias culturales ni creativas.

<sup>3</sup> Esta afirmación se recoge del punto “comentarios de los encuestados” que ya se ha compartido en informes anteriores y en el cual los encuestadores han corroborado in situ la migración de la unidad económica fuera del CHA. En la pregunta “La Unidad Económica ha cerrado” y los mecanismos de respuesta, verificar en el informe de diseño de la muestra y recolección de datos.

En cuanto a la dimensión cultural se puede apreciar que se mantuvo constante; es decir, como el cálculo se realiza a partir de la malla curricular del MEC y a lo largo del periodo esta no presentó ninguna variación en la cantidad de horas de arte en relación a las horas totales de estudios para el segundo y tercer ciclo, Ahora bien, en el periodo analizado la dimensión social se reduce, atendiendo a que la construcción de la misma utiliza como fuente la cantidad de OSC. Si bien el censo no pudo capturar el correlato de esta variación, la misma puede significar un cambio de dirección hacia territorios más atractivos para los socios y/o benefactores, mejores precios de alquiler, el cierre de los mismos, entre otros.

En la tabla 4 se observa que el aporte total de las empresas culturales y creativas (ECC) del CHA en Producto Interno Bruto (PIB) es del 1,8%, contribuyendo casi con la mitad del aporte, dando cuenta de la gran concentración en Asunción.

Cabe resaltar que esta aproximación va acorde a lo presentado con Zanabria y Villarino (2019), donde mencionaban que el aporte de las ECC de Paraguay era de 4% en el PIB.

**Tabla 4.** Aporte de las Empresas Culturales y Creativas del Centro Histórico de Asunción, Paraguay en el PIB, Año 2018

Ganancias en millones de \$.	PIB a precios Corrientes en millones de \$.	Aporte de las ICC de Asunción (CHA) en el PIB (%)
4 095 000	231 489 278	1,8

**Fuente:** Elaboración propia con datos recabados en el CHA por la FCE-UNA, 2019 y el Anexo Estadístico del BCP, 2019.

Cabe destacar que este cálculo simplificado indica de manera aproximada lo que sería el aporte cuantitativo del sector cultural y creativo del territorio analizado del país, a partir de los datos recabados en el censo realizado por la FCE-UNA.

### Como dimensionar el valor de las actividades creativas

La economía creativa es a nivel mundial una nueva fuente de recursos para el desarrollo económico, con otros impactos en aspectos no tan tangibles como el desarrollo urbanístico, cultural y social.

Encontrar mecanismos de medición que pueden determinar el aporte real de las actividades creativas a variables como el PIB, el nivel de ocupación de la mano de obra, o al movimiento del comercio exterior son necesarios, aunque no están exentos de polémicas, debido fundamentalmente a la falta de un marco protocolizado de estimación a nivel internacional y nacional.

En el caso de las actividades creativas, al medir la actividad económica con el uso de indicadores, muchas veces no permite la cuantificación o participación real de las distintas actividades definidas como creativas, como es el caso de las actividades informales. De hecho, cualquier proceso de medición requiere acceder y disponer de datos adecuados, comparables en tiempo y forma. No obstante, más allá de la información económica es necesario para el análisis social y cultural el contexto intangible; es decir, lo que el colectivo del sector espera en cuanto a políticas públicas, pero sobre todo, el aporte que tiene en el sector de la sociedad, el cual escapa de una medición dura para traspasar a la vivencia comunitaria y atemporal.

El mapeo de actores permite descubrir también la existencia de nuevas interrelaciones tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, que escapa de la medición tradicional. Así también permite capturar aquellas interrelaciones que han aumentado o disminuido a partir de vínculos en un espacio temporal. Además de eso, se puede observar como la interacción de actores provoca impactos de aspectos cualitativos, que no están afectando de manera económica al sistema en la actualidad pero que pudieran hacerlo en el futuro. Dentro de este tipo de vínculos se puede colocar los esfuerzos que realizan los centros de investigación y los gremios o asociaciones en formación.

La importancia cambia de acuerdo al tipo de actor y se los puede clasificar en cuatro tipos: actor territorial, actor de interés del territorio, actor clave del territorio y actor estratégico del territorio. Un actor territorial vive en un sistema abierto, influido por varios sistemas y subsistemas. El actor de interés del territorio es cualquier individuo u organización social que cohabita en un territorio definido, realiza actividades, pero con poca o nula incidencia para el fomento del desarrollo territorial como las municipalidades o las gobernaciones. El actor clave es un individuo u organización social con incidencia directa sobre aspectos políticos, sociales y económicos, participa en procesos de gestión y planificación. El actor estratégico es el individuo u organización social con capacidades y poder de decisión sobre el cómo, de qué forma, cuándo y quién realizará acciones sociales, económicas, ambientales y políticas en un territorio determinado.

De acuerdo a los datos recabados, se describe a continuación los actores que intervienen en el sector creativo (tabla 5).

**Tabla 5.** Análisis de la posición, interés e influencia de los actores identificados en las entrevistas semi-estructuradas a referentes del sector cultural y creativo en el Centro Histórico de Asunción, Paraguay.

<p><b>Posición:</b> Desconocida, Oposición activa, oposición pasiva, indeciso, apoyo pasivo, apoyo activo.</p> <p><b>Interés:</b> Desconocido, poco interés a ninguno, algún interés, interés moderado, mucho interés, gran interés.</p> <p><b>Influencia:</b> Desconocida, Poca o ninguna, influencia baja, influencia moderada, influencia alta, muy alta influencia.</p>
<p><b>Actores claves identificados:</b> Secretaría Nacional de Cultura (SNC)</p> <p><b>Posición:</b> apoyo pasivo</p> <p><b>Interés:</b> moderado</p> <p><b>Influencia:</b> baja</p> <p><b>Tipo de actor:</b> Estratégico. Si bien se ve su participación en eventos, actividades o acciones específicas (Bicentenario, patrimonio cultural, espacios alternativos en el CHA), debido a que el Estado tiene funciones superpuestas entre distintos estamentos del Estado, por lo cual no se focaliza en acciones concretas que beneficien al sector.</p>
<p><b>Actores claves identificados:</b> Ministerio de Industria y Comercio (MIC)</p> <p><b>Posición:</b> apoyo activo</p> <p><b>Interés:</b> moderado</p> <p><b>Influencia:</b> moderada</p> <p><b>Tipo de actor:</b> Estratégico. A partir de un Proyecto financiado por el BID, brinda apoyo a la exportación de productos dentro del contexto de industrias creativas. Trabaja con el sector creativo vinculándolo con las dependencias de REDIEX, el Viceministerio MIPYMES y la Dirección de Emprendedurismo (DINAEN).</p>
<p><b>Actores claves identificados:</b> Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI)</p> <p><b>Posición:</b> apoyo activo</p> <p><b>Interés:</b> moderado</p> <p><b>Influencia:</b> moderada</p> <p><b>Tipo de actor:</b> Estratégico. Dentro de su área de influencia están los derechos de autor, marcas, industrias creativas, folklore y Sociedad de gestión colectiva (Asociación Paraguaya Artistas, Sociedad de Gestión de Productores Fonográficos del Paraguay, Artistas Intérpretes o Ejecutantes). Como medida anual se realiza el evento "Naranjaite", el cual busca consolidar e impulsar los actores nacionales de la moda y el diseño de autor. Sin embargo, comparte funciones con la Secretaría Nacional de Cultura lo cual genera dispersión.</p>

**Actores claves identificados:** Fondo Nacional de la Cultura y las Artes (FONDEC)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** moderado

**Influencia:** moderada

**Tipo de actor:** Estratégico. Cuenta con recursos presupuestarios para apoyar a la cultura (proyectos de personas físicas o jurídicas), que son puestos en concurso anualmente. La principal crítica a este mecanismo es la falta de conocimiento sobre el jurado, la constancia de personas físicas o jurídicas como ganadores de proyectos. Para el sector, el destino de los fondos está sesgado a música pop paraguaya (festivales), en detrimento del folklore paraguayo. Existe un trabajo en conjunto con la municipalidad de Asunción, con el Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat, con la SENATUR e IPA para articular soluciones como por ejemplo el proyecto Recova y otros a nivel nacional.

**Actores claves identificados:** Centro Cultural Manzana de la Rivera

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** mucho

**Influencia:** alta

**Tipo de actor:** Territorial. Otorga sus espacios (9 casas) para el desarrollo de actividades culturales. El presupuesto para restauración y mantenimiento es mínimo, a pesar de ser uno de los lugares más emblemáticos con que cuenta el CHA.

**Actores claves identificados:** Cámara Paraguaya de Empresas Productoras de Cine y Televisión (CAMPRO)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** alta

**Tipo de actor:** Estratégico. Aglutina a empresas productoras que están trabajando en comerciales de televisión y películas, con contenido de creación. Entre sus principales objetivos y logros está la ley de cine, la ordenanza municipal COFILMA para que Asunción sea una ciudad para hacer películas, la mesa multisectorial del audiovisual (Organización de Profesionales del Audiovisual, la Academia de Cine, el Centro Paraguayo del Teatro), el manejo impositivo con respecto a la creación de contenido (el Impuesto al Valor Agregado). A nivel internacional se logró realizar la actividad Mercado de Fronteras con Brasil y Argentina, y el TESAPE (Congreso Nacional del Audiovisual).

**Actores claves identificados:** FABLAB FADA-UNA (Laboratorio de fabricación digital de Paraguay, UNA)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** moderada

**Tipo de actor:** Estratégico. Un laboratorio digital permite investigar prototipos de manera rápida, realizando un trabajo en forma optimizada, reduciendo costos y tiempo. Es el primero en el país, y en la pandemia COVID-19 su contribución fue fundamental (2.153 protectores faciales PRUSA/SABIN CORNEL, validado por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay), cubriendo el 20% de la demanda total fijada por el MSPBS.

**Actores claves identificados:** Centro de Información y Recursos para el Desarrollo (CIRD)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** alta

**Tipo de actor:** De Interés. Su participación como actor fue a través del proyecto financiado por el BID y ejecutado por el CIRD que tuvo como objetivo el fortalecimiento institucional, el acceso a fondos que es el de fondos/bonos creativos y capacitaciones y en el tercero comercialización e internacionalización. El principal producto de este proyecto fueron los denominados "Bonos Creativos". Por el lado interinstitucional, la instalación de la mesa multisectorial en el MIC.

**Actores claves identificados:** Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** alta

**Tipo de actor:** Estratégico. Durante la Asamblea del BID en 2017, se firmó un convenio para ejecutar el Proyecto de Promoción de la Economía Creativa en Paraguay entre la Fundación CIRD (Centro de Informaciones y Recursos para el Desarrollo) como agencia ejecutora, y el FOMIN como fuente de financiamiento. El proyecto tiene tres componentes: (1) Diseño y apoyo a la implementación del plan estratégico de la economía creativa en Paraguay. (2) Desarrollo de proyectos tecno-creativos para promover innovación en la economía paraguaya. (3) Difusión y comercialización de proyectos creativos en el mercado local e internacional.

**Actores claves identificados:** Federación de Industrias Creativas (FICPY)

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** moderada

**Tipo de actor:** Estratégico. El paso cero fue coordinar las primeras actividades del proyecto y convocar a las industrias creativas a sumarse y se creó la Federación de Industrias Creativas (FIC) en octubre 2018.

Los 5 objetivos en los que trabaja la federación para incentivar la economía naranja son: (1) Políticas públicas favorables; (2) Instrumentos financieros para el sector; (3) Capacitación técnica especializada con apoyo académico; (4) Internacionalización y comercialización; (5) Creación de un Hub creativo. Organizadores del evento anual CREA+Py el cual conecta a las industrias creativas lo cual le otorga mayor visibilidad al sector

**Actores claves identificados:** Centro Cultural Juan de Salazar

**Posición:** apoyo activo

**Interés:** grande

**Influencia:** alta

Tipo de actor: Territorial. Otorga apoyo logístico y financiamiento al sector cultural a través de cursos, salas, exposiciones y recursos para financiar determinados proyectos del arte. Si bien el CCJS tuvo ciertos recortes de su casa matriz en España, sigue siendo uno de los principales potenciadores del consumo cultural en Asunción.

**Fuente:** elaboración propia con base a entrevistas realizadas por el equipo FADA-FCE UNA entre el 2018 y 2020.

Los diferentes actores mencionados, coincidieron que los emprendimientos creativos tienen un problema central, el de financiamiento. Desde el MIC se ve como una debilidad la falta de capital semilla, a diferencia de otros sectores o rubros más tradicionales. El proyecto BID/FOMIN que se ejecutó a través del CIRD otorgó el capital semilla de la economía naranja denominado “Bonos creativos” donde inclusive uno de sus productos fue, el galardonado largometraje “Matar a un muerto”. Los bonos creativos tuvieron un aporte interesante al sector, no sólo en la parte monetaria sino también en la asistencia técnica para la elaboración de proyectos para obtener fondos de inversión.

Unido a esto, desde el punto de vista económico las iniciativas de cuenta satélite u otro mecanismo para identificar a las personas jurídicas y/o físicas que intervienen en lo cultural y creativo es más que necesario por dos principales razones: la primera corresponde a políticas públicas, donde sin conocimiento de los valores económicos que aporten lo cultural y creativo, no se podrán elaborar políticas de largo plazo y menos generar un impacto positivo en el mismo. Las experiencias sobre ciudades creativas y culturales mencionan el componente impositivo para fomentar la cultura y el turismo. Pero necesariamente las instituciones como el Banco Central del Paraguay y el Ministerio de Hacienda deberán analizar los mecanismos técnicos que permitan la obtención de datos más precisos para llevar a cabo el cambio.

Y finalmente, pero no menos importante se encuentra el tema de la educación: desde las asignaturas enseñadas en distintos niveles hasta la oferta académica en el sector terciario y universitario, sobre los gestores culturales. Como en otros sectores de la economía, un empuje educacional es clave para el despegue económico y social del sector cultural.

## CONCLUSIONES

Para comprender cómo un sector emblemático de la ciudad de Asunción el CHA pudiera convertirse en una ciudad creativa, se aplicó distintas metodologías.

Desde el punto de vista cuantitativo, comparativamente, se comparó el CHA de diferentes países. Desde esta perspectiva el CHA puede ser considerado como un empleador creativo importante. Para Paraguay el 0,29 % del empleo creativo se ve en el CHA, siendo a nivel país 2,1% para Colombia, 2,2% para Ecuador, 3,3% para Perú y 3,1% para Uruguay.

En cuanto a la línea de educación, de acuerdo a los datos oficiales, la política educacional se mantuvo constante a lo largo del periodo 2010-2019 siendo las horas semanales totales dedicadas al arte 30 y 38 en el segundo y tercer ciclo respectivamente.

Si se analiza la presencia de las OSC culturales en el CHA, se aprecia que, de alguna manera, las empresas dedicadas al rubro del audiovisual, migraron hacia otras zonas de Asunción, siendo muy pocas las que mantienen sus establecimientos en el periodo analizado.

A partir de los encuentros realizados como parte del proyecto, el workshop contribuyó a distinguir entre la gestión cultural y el trabajo del artista. Sin embargo, dicha distinción necesita de mayor elaboración y comprensión de su impacto y consecuencias en el desarrollo de una ciudad creativa. La oportunidad de relevar la existencia de políticas, proyectos o acciones dirigidas a la formación de nuevos públicos, y de consumidores de los bienes y servicios de las industrias culturales y creativas en el territorio bajo análisis, plantea nuevas e interesantes interrogantes a la investigación. Probablemente, estas se irán precisando y revelando a lo largo de su desarrollo.

Como recomendaciones podemos mencionar que el camino a explorar del desarrollo comercial en el ámbito cultural y creativo, bajo la visión de Empresas B. Las articulaciones entre estos sectores permitieron a los emprendimientos asociados fortalecer las áreas de menor manejo como la ejecución de proyectos. a estas últimas les permitió articular entre sectores

La búsqueda del financiamiento es un desafío del sector. La articulación de las federaciones y las mesas de trabajo en los entes públicos son estrategias que permiten la entrada de esta nueva manera de hacer economía. La permanencia en el tiempo es clave para el éxito.

La educación especializada es necesaria, no solo instalar la oferta sino realizar encuentros donde se entienda que es importante demandar esta capacidad. Las experiencias a partir del proyecto de economía naranja del BID permitieron visibilizar esta carencia, pero es necesario ahondar más en esta visión transversal del sector.

Finalmente, la cuantificación a partir de las cuentas satélites es clave de manera que el Estado tenga un rol definido y un Plan Nacional que permita el despegue del sector. La economía cultural y creativa, así como el desarrollo de las industrias culturales y creativas no son una panacea, sino una alternativa complementaria para sumar y diversificar actividades productivas en un determinado entorno económico. Un país sin cultura, no existe. La valoración del arte en el sistema económico permite la visibilidad de lo intangible; por ello es menester de la academiapropiciar espacios donde se de a conocer la importancia de incluir la valoración para la sostenibilidad de las iniciativas en todos los niveles de influencia.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos (DGEEC). (2011). Censo Económico Nacional (CEN). Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos (DGEEC): Fernando de la Mora. Disponible en: <https://www.dgeec.gov.py/economico/>
- Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos (DGEEC). (2015). Encuesta Permanente de Hogares. Dirección General de Estadísticas Encuestas y Censos (DGEEC): Fernando de la Mora. Disponible en:
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (2da. Ed.). Routledge.
- Landry, C. (2010). Índice de Creatividad en Bilbao & Bizkaia. [http://www.bizkaixede.org/datos/noticias\\_doc/archivo\\_en5/Indice\\_Creatividad\\_Bizkaia.pdf](http://www.bizkaixede.org/datos/noticias_doc/archivo_en5/Indice_Creatividad_Bizkaia.pdf)
- Olmedo-Barchello, Selva, Cristaldo, Juan Carlos, Rodríguez, Gloria, Silva, Mara da, Acosta, Alexia y Barrios, Oscar. (2020). Ciudades creativas y su aporte a la creación de un nuevo modelo de desarrollo económico, social y cultural. Una revisión de la literatura. *Población y Desarrollo*, 26(50), 53-63. Epub June 00, 2020. <https://dx.doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2020.026.50.053-063>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico*. UNESCO: París. Disponible en: <https://en.unesco.org/creativity/cdis>
- PNUD y UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo social [Edición especial]*. Autor.
- UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico*. <https://en.unesco.org/creativity/cdis>
- UNESCO. (2017, October 31). *Frutillar es reconocida por la UNESCO como la primera Ciudad Creativa de Chile [Oficial]*
- UNESCO. (2019). *Creative Cities Network [Oficial]*. ¿Qué es la Red de Ciudades Creativas?
- Zanabria, J.M. & Villarino, J. (2019). *Diagnóstico cuanti y cualitativo de la economía naranja en Paraguay*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Centro de Información y Recursos para el Desarrollo (CIRD): Asunción. Disponible en: [https://www.cird.org.py/econaranja/wpcontent/uploads/sites/9/2018/03/Diagn%C3%B3stico-Cuali-Cuanti\\_Paraguay\\_corto-02-09.pdf](https://www.cird.org.py/econaranja/wpcontent/uploads/sites/9/2018/03/Diagn%C3%B3stico-Cuali-Cuanti_Paraguay_corto-02-09.pdf)