

**PONENCIAS Y DEBATES SOBRE LA  
ECONOMIA DE LA CULTURA**

Expuestas en el

*Encuentro Académico Internacional sobre  
La Economía de la Cultura*

Realizado en la Facultad de Ciencias Económicas de la  
Universidad de Buenos Aires

*Septiembre de 2004*

Lluís Bonet  
Xavier Dupuis  
Carlos M. M. Elia  
Abraham Gak  
Octavio Getino  
Leo Harari  
Rodolfo Hermida  
Carlos J. Moneta  
Pedro Querejazu  
Sandra Rapetti  
Héctor Schargorodsky  
David Throsby  
Alberto Urthiague

## *Economía de la Cultura*

**1° Ed. – Buenos Aires, Argentina. Año 2007**

**2° Ed. – Buenos Aires, Argentina. Año 2014**

**ISBN N° 978-987-05-2532-5**

**Permitida su reproducción citando la fuente.**

## *Economía de la Cultura*

**INDICE**

*Presentación del Encuentro*

Por **H. Schargorodsky, G. López y C.M.M. Elia**

*La Economía de la Cultura como disciplina contemporánea*  
por **Lluís Bonet**

*Economía y gestión de la cultura en Francia*  
por **Xavier Dupuis**

*El peso de lo intangible*  
por **Octavio Getino**

*Financiamiento de las Industrias Culturales*  
por **Leo Harari**

*La exploración de las relaciones entre economía y cultura*  
Por **Pedro Querejazu**

*El problema del financiamiento de la cultura*  
**Por Sandra Rapetti**

*Mesa redonda: "Desarrollo económico y diversidad cultural"*  
Moderador: **Carlos Moneta**

*Mesa redonda: "Producción e intercambio de bienes y servicios culturales"*  
Moderador: **Carlos M.M. Elia**

*La economía y la cultura: un encuentro en busca de soluciones*  
Por **David Throsby**

## *Economía de la Cultura*

## **PRESENTACIÓN DEL ENCUENTRO**

**Héctor Schargorodsky**

DIRECTOR DEL OBSERVATORIO CULTURAL

El material que aquí se reúne forma parte, a mi entender, del lento aunque constante proceso de transformación que el sector cultural argentino comenzó a transitar hace no muchos años. Me estoy refiriendo a ese camino que va desde el aprendizaje a través de la práctica hasta la gestión profesional de organizaciones públicas, privadas o del tercer sector.

Según las definiciones de los especialistas, podemos reunir bajo la denominación común de “sector cultural” a distintos ámbitos de la actividad humana donde se crea, se produce y se reproduce, donde se distribuye y se consume una amplia gama de bienes y servicios, cuya característica común es la de poseer un alto contenido simbólico. Es decir, un tipo particular de productos que por un lado cumplen con el fin para el que fueron hechos, y cuya existencia –o su inexistencia– tiene una influencia importante sobre los valores que rigen en las sociedades donde se originan o se consumen.

Por otra parte podemos ver al sector cultural como un espacio productivo cuyos límites están en permanente evolución debido a los aportes de las nuevas tecnologías y a la sinergia con el sector del turismo y las telecomunicaciones.

Una clasificación posible nos permite distinguir tres ramas de actividad:

- el patrimonio cultural, cuyas organizaciones más representativas son los museos, galerías y bibliotecas
- las artes visuales, como por ejemplo la pintura, la escultura y la fotografía o las artes del espectáculo como el teatro, la danza, la música y el circo

## *Economía de la Cultura*

- las llamadas industrias culturales, como la cinematografía, el video y la industria editorial gráfica y fonográfica

Cada una de estas ramas a su vez puede pensarse como una cadena, cuyos eslabones nos llevan desde el acto creador individual o grupal hasta el público consumidor. Es el espacio de los artistas, los intelectuales y los creadores, y también el espacio de quienes desde distintas disciplinas, profesiones y oficios median entre los creadores y el público, facilitando su encuentro, impulsando el desarrollo de ambos, motivando y alentando al conjunto de la creación cultural.

Aquí encontramos a los productores, a los difusores, a los investigadores, a las instituciones de formación y sus docentes, a los gestores y los administradores culturales.

Este Encuentro está dirigido a todos ellos, y de manera especial a quienes, procedentes de otros campos de actividad, quieren sumar su esfuerzo para contribuir al mejoramiento de nuestro sector cultural.

Históricamente la Argentina se ha destacado por el talento de sus creadores. En prácticamente todas las ramas del arte hay compatriotas cuyas obras son reconocidas aquí y en el mundo, a pesar de las dificultades inmensas que provocaron las periódicas interrupciones del orden constitucional durante gran parte del siglo pasado y pese a haber sufrido, como cierre de aquel período nefasto, una dictadura que censuró, persiguió y asesinó a muchos de ellos, tenemos la suerte de contar con artistas, científicos e intelectuales que aquí o en el exilio prestigiaron y prestigian a nuestro país con su obra.

Pero en mi opinión, no hemos sido igualmente exitosos en la constitución de los ámbitos de mediación con el público a los cuales me refería antes. Creo que nos hacen falta profesionales y técnicos para fortalecer y desarrollar más aun nuestras instituciones culturales. Por supuesto que existen algunas muy buenas; pero en el complejo y competitivo contexto actual son muchos los puestos de trabajo que demandan el dominio de nuevas habilidades y competencias. Y son también muchas las organizaciones culturales que necesitan recursos humanos especializados.

En este campo, las ciencias económicas pueden aportar administradores, contadores y economistas especialmente formados para enfrentar problemas particulares del sector. Como lo veremos durante este Encuentro, la economía y la cultura se vinculan entre sí de manera mucho más profunda de lo que muchas veces nuestra experiencia individual y nuestro desarrollo institucional sectorial nos han permitido apreciar. A modo de ejemplo –y sin pretender indagar en las razones últimas que llevaron a esa situación–, muchas veces se ha confiado en los propios artistas para conducir la gestión de las organizaciones culturales. En algunos casos los resultados han sido buenos, probablemente porque el artista era también a veces sin saberlo un buen administrador. Pero en dicha situación ha debido disminuir sustancialmente o directamente interrumpir la producción de su obra. Lo cierto es que la coexistencia en una misma persona de artista y administrador constituye un fenómeno realmente excepcional.

Son muchos los casos en que los resultados han sido francamente malos para la organización, y peores aun para quien, además de tener que asumir la frustración generada por su fracaso como gestor, ve empañarse la reputación artística misma, construida con mucho esfuerzo.

Como dije al principio, enmarco este Encuentro en el proceso de profesionalización de la gestión del sector cultural, un proceso cuyos inicios voy a situar en la recuperación de la democracia a mediados de los años 80, cuando el Fondo Nacional de las Artes realizó los primeros seminarios sobre gestión de la cultura. Luego, a principios

de los '90 el Instituto Nacional de Administración Pública ofreció un programa de formación específico para el sector cultural y casi inmediatamente después comenzaron a dictarse seminarios, jornadas y cursos –algunos en cuya organización participé, como el Primer Encuentro de las Industrias Culturales que hicimos en 1995 desde el Instituto Nacional de Administración Pública, con la participación de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, y el encuentro MALRAUX, realizado en 1996 con apoyo de la Embajada de Francia en la Argentina.

## *Economía de la Cultura*

Por cierto, la historia de la formación para la gestión del sector cultural en el país incluye muchas otras acciones, e involucra a instituciones y profesionales cuya labor sería importante recordar y destacar.

En este proceso que mencioné muy sintéticamente, la creación del Observatorio Cultural como centro de investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires en noviembre de 1997 marca a mi juicio un momento muy especial, porque por primera vez en la Argentina una institución del sistema universitario nacional de la importancia y el prestigio de nuestra Facultad reconocía la necesidad de contar con investigación y formación especializada para la gestión del sector cultural, y actuaba en consecuencia.

Permítanme hacer aquí un paréntesis para recordar a dos personas que no están más con nosotros y que fueron decisivas para la existencia del Observatorio Cultural. En aquel momento, cuando la expresión “gestión profesional de la cultura” era inusual en el sector público y totalmente ajena al ámbito universitario, Rodolfo Pérez – entonces Decano de esta Facultad– y Luis Stuhlman – Director del Instituto Nacional de Administración Pública– comprendieron la trascendencia del proyecto y le brindaron un apoyo firme y generoso; ambos estuvieron conmigo en el acto de inauguración y hoy quiero expresar públicamente mi agradecimiento a ellos y mi homenaje a su memoria.

En estos casi siete años, el panorama universitario respecto a la formación e investigación en gestión cultural ha mejorado sustancialmente –aunque por supuesto nos queda mucho por hacer–: se ofrecen hoy cerca de una docena de carreras sobre las diferentes ramas de la gestión cultural en distintas universidades. Tenemos ya egresados que están comenzando a ejercer influencia sobre el sector, y algunos grupos de investigación –aunque estimo que no son suficientes–; también hay observatorios sectoriales, como el recientemente inaugurado Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, o en proyecto como los de la Provincia de Buenos Aires y de la Provincia de Córdoba.

## *Economía de la Cultura*

En lo particular, mi balance como director del Observatorio Cultural es positivo para nuestra institución, aunque existen tareas pendientes –casi diría deudas– entre las cuales destaco la falta de continuidad de los proyectos que en su momento emprendimos con los responsables del sector público cultural, tanto nacional como de las provincias y de la Ciudad de Buenos Aires.

Otro déficit es la falta de un órgano de difusión que diera cuenta del estado del arte, de su evolución y desarrollo, que fuera además un espacio para el encuentro y marco para el debate de los profesionales de la cultura; –como nos gusta denominarlos a quienes nos dedicamos a estas tareas.

Finalmente nuestra producción crítica, que siempre consideré como esencial a la función del Observatorio, no ha llenado completamente mis expectativas, y razones que expliquen estas carencias no me faltan, pero prefiero decirles que estamos trabajando fuertemente para mejorar y poder revertirlas.

En el haber están las investigaciones que realizamos para la Secretaría de Cultura de la Nación sobre los presupuestos que las provincias destinaron al sector cultural entre 1993 y 2001, la investigación sobre el evento “Buenos Aires no duerme”, el estudio realizado junto con el Observatorio de Montevideo sobre la estructura cultural de la Ciudad de Buenos Aires, el estudio sobre los perfiles profesionales del sector cultural en América Latina y el Caribe realizado para UNESCO, y el estudio sobre la capacitación del personal de lo que es ahora el Complejo Teatral de Buenos Aires.

Quiero destacar que ese trabajo fue la base a partir de la cual se creó el posgrado en Administración de Artes del Espectáculo, que se dicta en esta facultad, bajo la Dirección de Carlos Elía. La primera promoción de esta carrera de especialización se encuentra cursando su pasantía y egresará en diciembre próximo. En estos años hemos organizado encuentros y seminarios con especialistas nacionales y extranjeros. Entre ellos nos visitaron Brigitte Rémer, Guillermo Heras, Tony Puig, Alain Herzog, Gerard Poteau y Claude Becker.

La conferencia que titulamos “El sector cultural, un nuevo espacio para los economistas, contadores y administradores”, tuvo como

## *Economía de la Cultura*

expositores a Aldo Ferrer, al doctor José María Dagnino Pastore y a Daniel Larriqueta, destacados egresados de esta facultad.

Junto al equipo docente del Observatorio hemos dictado seminarios sobre gestión cultural en prácticamente todas las provincias argentinas, desde Tilcara en Jujuy hasta Ushuaia en Tierra del Fuego, y hemos prestado asesoramiento y colaboración a gran cantidad de proyectos en distintas regiones del país. En el ámbito internacional el Observatorio mantiene contactos permanentes con instituciones homólogas de todo el mundo, y participa de la red de observatorios culturales de UNESCO, en la red Iberformat, coordinada por la Organización de Estados Iberoamericanos, y en la red francófona Ubiquite Culture.

Como pueden ver en este resumen, toda nuestra labor ha estado y está dirigida a un objetivo central: contribuir al mejoramiento de la gestión cultural en la Argentina a través de la profesionalización de los recursos humanos.

Considero que el paso que estamos dando hoy, invitando al sector académico a explorar las relaciones entre la economía y la cultura, es muy importante en esa dirección. Así, nuestra intención al preparar el programa de actividades del encuentro ha sido presentarles algunos de los que consideramos los principales temas que se ponen en juego en esa relación:

El doctor Lluís Bonet, de la Universidad de Barcelona, hará una introducción al análisis económico de la cultura. Pedro Querejazu presentará un proyecto del Convenio Andrés Bello que está siendo llevado a cabo por varios países sudamericanos, en el cual se vincula al sector de la cultura con el sistema de cuentas nacionales. Sandra Rapetti desarrollará el modelo de Bowen y Baumol sobre el financiamiento de los espectáculos en vivo. Octavio Getino hablará sobre la contribución del patrimonio cultural al desarrollo económico nacional y Leo Harari, de UNESCO, lo hará sobre el financiamiento de las industrias culturales.

Por su parte, Xavier Dupuis presentará la perspectiva francesa sobre economía y gestión de la cultura.

## *Economía de la Cultura*

Por último tendremos dos paneles; en el primero se tratará un tema absolutamente fundamental: el derecho de toda cultura a existir, y en consecuencia a resistir todo intento de uniformar o avasallar su identidad por cuestiones económicas. Lo hemos llamado “Desarrollo económico y diversidad cultural” y será coordinado por Carlos Moneta con la participación de Leo Harari, y Leonardo Gak – director del Plan Fénix de esta Facultad.

El segundo panel tratará sobre intercambio comercial e internacional de bienes y servicios culturales. Será coordinado por Carlos Elía, y participarán Gustavo López –Secretario de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires–, Alberto Urthiague – Gerente General del Instituto Nacional del Cine– y el Doctor Lluís Bonet.

Cerraremos el encuentro con una videoconferencia con el profesor François Colbert –titular de Marketing Cultural en la Escuela de Altos Estudios Comerciales de Montreal, Canadá–.

Quiero agradecer al Decano de nuestra facultad el apoyo que nos ha brindado y al señor secretario de Cultura del Gobierno de la Ciudad, doctor Gustavo López, que prestigia con su presencia este encuentro.

Les agradezco particularmente a cada uno de los panelistas y expositores que han dedicado su tiempo y sus conocimientos para preparar sus ponencias, y en algunos casos han realizado un largo viaje para estar aquí con nosotros. Las embajadas de Francia y España nos han brindado un apoyo esencial para lograr la presencia de estos especialistas. Agradezco al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales que nos auspicia.

Muchas gracias al equipo del Observatorio Cultural que ha colaborado conmigo en esta tarea, a los docentes del posgrado en Administración de Artes del Espectáculo, y muy especialmente a mis socios, colegas y amigos del comité organizador ejecutivo de este evento, Carlos Elía y Carlos Moneta, cuya colaboración ha sido fundamental para mí.

## *Economía de la Cultura*

Y el agradecimiento final es para ustedes, por participar de este Encuentro Académico sobre Economía de la Cultura, que deseo aprovechen y también disfruten.

### **Carlos M.M. Elia**

DIRECTOR DEL POSGRADO EN  
ADMINISTRACION DE ARTES DEL ESPECTACULO

Voy a comenzar haciéndoles llegar un saludo de bienvenida de parte de nuestro decano, el doctor Carlos Degrossi, quien me pidió transmitirles el orgullo de esta Facultad por el hecho de estar llevando adelante la formación en una disciplina tan importante como la que nos ha convocado. Quería comentar algunas cosas que ya de algún modo planteó Héctor Schargorodsky.

Empezamos a trabajar con él haciendo capacitación desde el Gobierno de la Ciudad y desde la Facultad de Ciencias Económicas para funcionarios de áreas de Cultura del Gobierno de la Ciudad y de la Secretaría de la Cultura de la Nación. Ese exitoso trabajo nos llevó a plasmar la idea de crear una carrera en Administración de Artes del Espectáculo, que dirigimos conjuntamente, y que ha tenido un gran éxito en cuanto al interés de los alumnos.

Cuando nos acercamos con la propuesta a la facultad, sabíamos que íbamos a tener dificultades dentro del marco académico y burocrático. No fue fácil convencer en muchos aspectos a la estructura académica, pero contamos con un enorme respaldo de Carlos Degrossi; y este Encuentro tiene que ver mucho con lo que estoy contando: aquí se forman excelentes profesionales, pero el campo de economía de la cultura es totalmente nuevo para los economistas en la Argentina que recién ahora empiezan hablar del

tema. Ésta es una de las importantes razones por la que hemos pedido que esté presente el Plan Fénix, que luego el doctor Leonardo Gak va a explicar. Cuando Héctor Schargorodsky empezó a transitar la idea de este Encuentro nos acercamos al doctor López en el

## *Economía de la Cultura*

Gobierno de la Ciudad –que desde el punto de vista de la cultura creo que es la institución pública más fuerte que existe en el país–, que nos brindó absoluta y totalmente su apoyo, como lo hizo nuestro decano también en esta oportunidad.

Gracias a ellos, a las embajadas, a las demás instituciones que han respaldado la iniciativa, y a los expositores –varios de los cuales han venido desde el exterior– hemos logrado, lo digo con absoluta y total inmodestia, juntar un grupo de cerebros de especialistas muy importantes en la materia. No es fácil tenerlos a todos juntos, así que realmente aprovechémoslos. En nombre propio, en nombre de nosotros, en nombre de nuestra querida Facultad de Ciencias Económicas les doy la bienvenida a todos, expositores y participantes. Creo que largamente se van a satisfacer nuestras expectativas.

### **Gustavo López**

SECRETARIO DE CULTURA DE LA  
CIUDAD DE BUENOS AIRES

Quiero agradecer a la Facultad de Ciencias Económicas, y especialmente a Carlos Elía y a Héctor Schargorodsky la invitación que me han hecho. Para mí es un honor estar aquí, porque soy parte de la casa, soy parte de esta universidad y me parece fundamental este encuentro entre la cultura, su práctica, la investigación y el mundo académico, para romper los compartimentos estancos que muchas veces existen en nuestra materia. Hasta hace poco tiempo hablar de la economía de la cultura era casi un sacrilegio: para los que producían arte mezclarlo con la economía era como contaminarse, y para los que hacían economía –incluso para sectores políticos y del Estado–, la cultura era un hecho individual, hasta extravagante y fundamentalmente suntuario.

Para la Ciudad de Buenos Aires la cultura es estratégica por dos motivos:

## *Economía de la Cultura*

El primero tiene que ver con la identidad: A partir de los procesos de globalización, de mundialización no sólo de la economía sino también de la producción simbólica, las ciudades han permanecido como lugares muy importantes de producción de identidad, más allá incluso de los propios países. Esto no tiene que ver con la inversión en cultura del país, sino con la gran fragmentación que existe.

En la Ciudad de Buenos Aires –y esto se repitió en casi todas las ciudades de nuestro país– la cultura no sólo tuvo un fuerte desarrollo, sino que en medio de la crisis fue una de las pocas cosas que quedó en pie, por esta necesidad de identificarse con algo, de aferrarse a algo y de poder insertarse en el mundo a partir de lo que uno es.

Pero también la cultura es estratégica por su dimensión económica., según los índices que poseemos, del producto bruto de la Ciudad de Buenos Aires el 6% corresponde a la producción cultural –y si se incorpora dentro del concepto de la cultura al diseño podemos estar hablando del 10%–. Y también cerca del 10% del empleo que se genera o se utiliza en la Ciudad de Buenos Aires corresponde al campo de la cultura.

Esto tiene un reflejo: el Gobierno de la Ciudad aporta aproximadamente el 4,5% de su presupuesto al de cultura, y nos parece que hay que desarrollar este eje, fomentarlo, fortalecerlo con acciones concretas porque la Ciudad de Buenos Aires como ciudad de servicios tiene en el campo de la cultura a través de sus diversas expresiones una excelente posibilidad, por su ventaja comparativa y competitiva. Que hoy estemos aquí el sector público y el campo académico apoyando e impulsando el debate sobre la economía de la cultura reafirma que la cultura es estratégica para nuestra ciudad.

Así que soy yo el agradecido por estar con ustedes.

## ***El lugar de la Economía de la Cultura como disciplina contemporánea***

**Lluís Bonet** – Universidad de Barcelona

Se me ha pedido la tarea de introducir la reflexión sobre economía de la cultura, un reto más bien complicado –por la sensación de simplificar quizás demasiado algunos aspectos–; pero a lo largo de estos dos días y medio entre todos podremos ir avanzando, por lo tanto espero que puedan ser de utilidad mis palabras durante esta primera sesión de trabajo<sup>1</sup>.

Empezaré con alguna consideración sobre la relación entre economía y cultura. En segundo lugar voy a centrarme en cuáles son desde el punto de vista de la economía las principales aportaciones al conocimiento del sector cultural. Luego discutiré algunas de las características económicas diferenciales de los bienes y de los servicios culturales y finalmente, a modo de conclusión, haré algunas propuestas tanto para los posibles investigadores como para los profesionales de la cultura.

Tradicionalmente ha existido un divorcio entre el mundo de la cultura y el mundo de la economía. Los creadores han tenido la necesidad de liberarse de esa opresión histórica del poder que los obligaba a plasmar su mentalidad a través de la censura, a través del encargo, a través de múltiples medidas de presión.

---

<sup>1</sup> En Internet se puede consultar un texto publicado hace cuatro años, a partir de un encargo del BID, en el que introduzco las principales ideas sobre estos temas. Aquí no seguiré el mismo esquema de ese texto. Disponible en [www.proimagenescolombia.com](http://www.proimagenescolombia.com)

## *Economía de la Cultura*

Con el romanticismo primero, luego con las vanguardias históricas y a lo largo de todo el siglo XX, se produjo una lucha para proclamar la libertad del arte frente a esas lógicas extrañas –políticas, económicas, sociales, etc.– que lo coartaban. Eso ha generado un cierto prejuicio, que yo llamo “romántico”, con relación al mercado.

Más allá de defender el valor intrínseco de lo cultural por encima de lo económico, de lo social, de lo político, dicha aprensión por otro lado ha desarmado evidentemente a muchos operadores culturales, en un momento como el actual en que el paradigma dominante es el económico. Centrarse en dicha defensa –con la que estaríamos todos de acuerdo–, no debe impedir la reflexión sobre el funcionamiento de la cultura desde distintos ámbitos de las ciencias sociales, la economía entre otros.

En un primer nivel, conocer la dimensión económica de la cultura nos permite entender cómo se crea el valor económico –incluso para luchar contra él si uno quiere–, entender cómo se comportan los agentes culturales desde un punto de vista económico, y entender los flujos financieros que existen entre los distintos actores culturales. Pero también es importante para argumentar frente a instituciones políticas –como los departamentos de Hacienda o la Cancillería– que la cultura genera riqueza, empleo, valor añadido, exportaciones y atrae turismo. Por otro lado, un buen gestor puede contribuir significativamente al mejoramiento de un proyecto cultural, no desde la perspectiva estética, artística, sino en relación con la viabilidad del mismo.

Un análisis económico solvente permite sostener proyectos creativos, dar la respuesta más adecuada a las necesidades de la comunidad, y comunicar las propuestas artísticas a un conjunto de públicos potenciales de un modo que probablemente no sería posible sin un buen trabajo de marketing, sin un buen trabajo de comunicación, sin un buen trabajo de mediación.

¿Cuándo nace la “economía de la cultura”?

## *Economía de la Cultura*

Hay algunos trabajos pioneros desde inicios del siglo XX –incluso de algunos economistas importantes como Samuelson–, por desgracia sin continuidad. Pero a partir de un trabajo de William Bowen –en el que analiza la viabilidad de los sectores artesanales, de los sectores regresivos en productividad del trabajo que se da en las economías industriales desarrolladas– se abrirá la reflexión en el ámbito de la economía de la cultura<sup>2</sup>. Comienza así el desarrollo de una pequeña disciplina, con los ensayos y las investigaciones de economistas interesados por este campo.

Llevamos por lo tanto unos cuarenta años de trabajos que nos aportan un cierto conocimiento de las lógicas económicas de lo cultural. Pero esto se ha hecho, por un problema de incomprensión, en contra de la economía académica convencional: los métodos tradicionales, los problemas tradicionales de la economía –sobre todo de la economía industrial–, se escapan de la lógica de lo cultural. Y lo cultural es visto como suntuario, como marginal, y por lo tanto no interesa. Hay cosas que son difíciles de explicar desde la óptica económica convencional, por ejemplo el comportamiento “irracional” del creador, la autoexplotación del creador, ese creador que está dispuesto a trabajar en una determinada dirección sin hacer mucho caso a lo que el mercado le está pidiendo, que está dispuesto a poner su energía, luchando para encontrar un espacio, sin esperar de entrada que sea el mercado el que le abra ese espacio.

Este tipo de fenómenos, de prácticas, constituyen un obstáculo difícil para la ciencia económica habitual, cuya hipótesis implícita es la racionalidad de los agentes económicos, la búsqueda de utilidad, la búsqueda de lucro. Estos supuestos de la economía liberal convencional chocan con la realidad de la cultura, en la que es más importante el valor simbólico o el emocional que el de lo funcional.

---

<sup>2</sup> Para una exposición de un importante trabajo realizado por Bowen en colaboración con Baumol (Baumol, William y Bowen, William, *Performing Arts – The Economic Dilemma*, Ed. Twenty Century Fund, New York, 1966), véase la ponencia de Sandra Rapetti en este encuentro.

¿Cómo podemos explicar la utilidad? ¿Cómo podemos explicar la función de demanda cuando son más importantes lo simbólico y lo emocional que lo funcional? Estas cuestiones generan dificultades.

## **El concepto de valor**

Me gustaría hacer aquí, para entrar en el análisis económico, una pequeña reflexión sobre el concepto de valor: cuando hablamos del valor de una obra para el creador, cuando hablamos de por qué algo le satisface y otra cosa no, entran en juego matices, aspectos, juicios, argumentos distintos de los convencionales, que para la ciencia económica usual son un problema.

Un bien cultural puede ser percibido por los usuarios de formas muy distintas:

- Por un lado hay un **valor funcional**, que puede darse en términos de entretenimiento (voy a ver tal película para pasarlo bien, para desconectarme de la semana laboral), en términos decorativos (adorno mi casa con una obra, con una reproducción) o educativos (recurso a una obra que me aporta un conocimiento).
- Pero hay un segundo nivel mucho más potente que es el **valor simbólico** que para distintos usuarios incorpora la cultura. El valor simbólico puede tener una dimensión patriótica (para un exiliado, escuchar una canción de su país), o una dimensión social, o generacional (para un adolescente ir a un concierto de su artista más estimado, con sus compañeros). Todos esos son elementos adicionales, una racionalidad distinta que se añade a la racionalidad funcional.
- Y luego hay un tercer nivel muchísimo más poderoso, que es el **valor emotivo**. La experiencia emotiva tiene un valor enorme; nosotros estamos dispuestos a hacer muchas cosas “irracionales” si hay un componente emotivo (aquel adolescente ha estado a diez metros del escenario, y ha estado allá sudando con los demás, saltando, gritando; se ha quedado afónico). Ese elemento

## *Economía de la Cultura*

emotivo puede ser catártico, puede ser pasional, puede ser rememoratorio. (Una exposición de fotografías antiguas de un pueblo tendrá un valor emotivo muy importante para la gente mayor de ese pueblo, y podría constituir una actividad que relacione distintas generaciones de esa localidad). La emotividad desencadena procesos que desde la lógica de lo funcional, e incluso desde la lógica misma de lo simbólico no existirían.

En economía, en general, la transformación del concepto de valor es el concepto precio. Aquí estamos añadiendo un contenido mucho mayor.

Pero atención, no estamos sólo nombrando esos tres niveles, sino proponiendo que ese valor funcional, ese valor simbólico, ese valor emotivo tienen repercusiones económicas, sociales, políticas, grupales o familiares. Por lo tanto es evidente que se puede evaluar la intervención de una actividad cultural desde muchas perspectivas distintas:

- en términos de precios, qué es lo que la gente está dispuesta a pagar cuando hay un valor simbólico añadido, cuando hay un valor emotivo añadido
- cuál es el impacto para la generación de empleo, en términos de desarrollo económico, de desarrollo social
- en términos de actividad social, en qué medida constituye una herramienta de cohesión, o una herramienta de marginación
- qué puede generar en términos políticos, como utilización de símbolos de valor patriótico o para generar identidad
- en el espacio grupal o familiar, qué valor tiene en la cohesión doméstica, en el trabajo en conjunto de la familia, en la relación de amistad

Vemos así cuántos aspectos implica, más allá de la lógica habitual.

De todas formas, algunos de ellos tienen un marcado sentido individual y por lo tanto poco interesa la perspectiva de mercado, que especialmente interviene si el hecho tiene un valor colectivo. En este último caso además se hace más fácil objetivar la evaluación.

## *Economía de la Cultura*

Finalmente, el valor puede tener un impacto más amplio y generar externalidades, tanto positivas como negativas.

### **Aportes de la Economía de la Cultura**

El hecho de que frente a la cultura muchas hipótesis implícitas comúnmente aceptadas en economía no funcionen, el hecho de que la cultura obligue a abrir un conjunto de perspectivas que la mayor parte de los sectores convencionales estudiados por los economistas no plantean, en vez de ser un elemento negativo es un acicate. La economía contemporánea, la economía postindustrial, la sociedad terciaria, está asentada cada vez en mayor medida en lo intangible: en ella el sector cultural, el sector de las industrias creativas, crece en importancia. De ser un fenómeno decorativo, pasa a ser un sector primordial.

Así, el trabajo realizado desde la economía de la cultura es más interesante, porque plantea cuestiones cada vez más generalizables a otros aspectos de la economía constituyéndose en un terreno de experimentación de la pertinencia de conceptos económicos fundamentales. Y en estos últimos años su desarrollo y aceptación han sido mayores, pues permite entender elementos de otros ámbitos de la disciplina.

Pero es importante no perder de vista que la economía de la cultura necesita de las ciencias sociales para interpretar la realidad. La interdisciplinariedad es crucial para la profundización de nuestro trabajo en este campo.

¿Cuáles son las aportaciones fundamentales del análisis económico de la cultura? ¿Qué aspectos que la economía de la cultura puede aportar al conjunto del análisis económico la hacen especialmente relevante e interesante?

- Por un lado, nos permite comprender mejor el comportamiento de los distintos mercados y sectores culturales. Algo tienen en

común, por eso los consideramos sectores de un mismo campo, la cultura<sup>3</sup>. Pero cuando analizamos a fondo cómo se comporta la producción de un espectáculo, cómo se comporta la distribución de material audiovisual para televisión, cómo se comporta desde la perspectiva económica el desarrollo de los servicios patrimoniales, hay lógicas distintas que hacen posible la producción, que hacen posible la oferta, y entender esa heterogeneidad es uno de los primeros aspectos que la economía de la cultura nos aporta. Además procura comprender esa “irracionalidad” del comportamiento de la demanda, del proceso de generación de hábitos de consumo.

Los estudios que se han realizado sobre la demanda cultural demuestran cómo el consumo cultural es adictivo. Quien más libros tiene es quien más libros compra. Eso en principio sería lo contrario a lo normal: la función de demanda de un bien normal es que yo valoro cada vez menos aquello de lo que más tengo. Es lo que llamamos en economía “utilidad marginal decreciente”, o sea, la adición de utilidad por producto adicional es cada vez menor. Pues bien, en cultura no es así. Ya Alfred Marshall, en sus principios de economía de 1890, cuando explicaba la ley de Gossen decía que una de las excepciones a la ley es justamente el producto cultural. Entender esta lógica del consumo en el ámbito de la cultura, entender las lógicas económicas de su demanda es fundamental, porque en buena medida nuestro problema cuando trabajamos en gestión de la cultura es generar públicos para esa cultura. Junto a esto, la disciplina ofrece un análisis sobre la lógica del valor, la lógica del precio, y las elasticidades de precio y renta de cada mercado, tema que desarrollaré más adelante.

- Otra contribución importante de la economía de la cultura es el análisis de la estructura industrial del sector, es decir, lo que la economía industrial nos aporta en términos de análisis de

---

<sup>3</sup> Evidentemente no hemos definido lo que es cultura, e intentar hacerlo implicaría consideraciones muy extensas. En estas reflexiones entonces se prefiere aceptar la distinción más pragmática de sectores culturales. Para una delimitación de los mismos, véase la presentación de Héctor Schargorodsky en la apertura del presente encuentro.

## *Economía de la Cultura*

- alianzas estratégicas entre empresas, en relación con la forma de los mercados y la forma de control sobre los mercados. Conocer las estructuras industriales es fundamental sobre todo cuando se analizan los grandes conglomerados que dominan el mercado cultural a escala mundial. También es importante entender, para la interacción y la gestión en el ámbito cultural, cuál es el papel y el comportamiento de los factores productivos, del trabajo, de la experiencia, del flujo de productos, del flujo intermedio, de los flujos financieros, de la cadena de generación de valor de la producción cultural.
- El tercer aspecto es el análisis del impacto de la intervención gubernamental, y de su justificación. Hay un área de economía pública de la cultura que estudia desde la financiación de la cultura por parte del sector público hasta los sistemas de incentivos, la regulación, la legislación. Por ejemplo analiza cómo en la medida en que se desregulan sectores aparecen nuevos roles, que intentan evitar el control abusivo sobre el mercado de los actores dominantes. También considera cuestiones como qué es un bien público o un bien de mérito, problemas de equidad ligados a la intervención del sector público, si la misma genera procesos redistributivos, etc. Otros aspectos ligados a la intervención pública son los estudios de impacto económico y de la valoración de externalidades, importantes a la hora de decidir por ejemplo cuestiones presupuestarias, y para entender cuáles subsectores son motores de actividad y cuáles lo son menos<sup>4</sup>. Hay buenas herramientas para analizarlo, como las tablas *input-output* que nos permiten justamente entender las relaciones intersectoriales y hasta qué punto unos y otros son cruciales en el proceso de generación de valor. Y si recordamos que no solamente estamos hablando de generación de valor económico, sino de valor identitario, de

---

<sup>4</sup> Para poner un ejemplo, si hay una cadena de televisión en determinada ciudad que encarga trabajos a productoras, a agencias de publicidad, que genera actividad económica, ese subsector es motor: es mucho más importante poner el énfasis en su viabilidad que en la de otro subsector que simplemente es proveedor de servicios a un sector motor.

## *Economía de la Cultura*

valor social, etc., se hace evidente la complejidad de análisis que nos puede llegar a aportar ese tipo de estudios.

- En cuarto lugar está el análisis del impacto de las nuevas tecnologías de la información en la comunicación, en la transformación de las formas de producción, de distribución, de consumo y de financiación cultural. Hemos dicho que nuestras sociedades, nuestras economías son cada vez más inmateriales, por lo tanto analizar por ejemplo qué modelos de negocio no funcionan más y hacia qué modelos nos dirigimos no solamente es pertinente desde la perspectiva de la economía de la cultura, sino para el análisis de la economía global contemporánea. Frente al estímulo del mercado por la adquisición de nuevas tecnologías, la economía de la cultura puede buscar respuestas a cuestiones importantes incluso en sectores de la economía informal. Es importante analizar a fondo qué productos tienen sentido, por qué algunos sectores, algunas actividades tecnológicamente desfasadas se mantienen vivas. ¿Por qué existe aún el teatro si apareció después el cine; por qué existe la pintura cuando ya apareció la fotografía?

### **La producción cultural desde la perspectiva económica**

Me centraré ahora en algunas características económicas de la producción cultural. Dentro de la heterogeneidad de los productos culturales, tenemos algunos que son únicos, irreproducibles. No es que una pintura, una escultura, no se puedan reproducir: tecnológicamente son reproducibles, pero cuando se hace pierden su valor simbólico. No es lo mismo la copia del David de Miguel Ángel que el original; esa pérdida responde a una sensación social, no a una dificultad de orden tecnológico.

El mundo del espectáculo sí permite la repetición pero no la reproducción.

## *Economía de la Cultura*

En este caso la repetición es artesanal: cada noche los actores, los músicos, han de subir al escenario, y aunque la producción sea la misma la obra debe repetirse.

Tenemos aquellos productos reproducibles, que tienen una matriz artesanal pero que permiten la reproducción serial.

A veces son esos mismos productos que no podemos en teoría reproducir, pero en un segundo mercado eso sí es factible (por ejemplo, la reproducción de cuadros de Van Gogh que la gente cuelga en sus casas, los pósters; cada uno de esos productos tiene su propia lógica, pero en todos ellos la matriz es artesanal, la matriz es intensiva, es factor trabajo).

Una actividad con el peso del creador, el peso de esos profesionales altamente especializados que dedican su tiempo a pensar, a crear, a hacer esa combinación mágica que da como resultado una obra de arte, tiene costos importantes en términos relativos temporales. Baumol da el ejemplo del número de intérpretes de un cuarteto de Haydn: en 1750 se necesitaban cuatro intérpretes; en el año 2004 continuamos necesitando cuatro intérpretes.

¿Qué actividad económica necesita con el tiempo el mismo número de trabajadores para producir un mismo bien?

Si el costo salarial medio avanza en la medida que vamos consiguiendo mejoras de la productividad, ¿Qué pasa cuando nos encontramos con actividades de ese tipo?

Pues que cada vez son más caras, y solamente pueden sobrevivir si socialmente aceptamos que ese valor cada vez creciente es asumible, y lo queremos pagar. Eso explica que haya actividades artesanales que perviven y también explica por qué la gran mayoría de estas actividades artesanales muere con el avance tecnológico.

Otra característica de las producciones culturales es el alto riesgo que tienen buena parte de las mismas, lo que llamamos los costos enterrados del producto cultural.

## *Economía de la Cultura*

Un producto cultural que no tiene éxito, ni al precio de saldo tiene público<sup>5</sup>. En el sector de la cultura un producto percibido como mediocre perderá la totalidad de la inversión. La consecuencia es la aprensión del capital financiero en entrar a invertir en este sector.

¿Quién garantiza? ¿Qué criterios le garantizan a un banco que una producción tendrá éxito?

Prever la demanda es muy difícil. No es un problema de especulación: no le da miedo la especulación al capital financiero; pero necesita cierta racionalidad y esa racionalidad el sector de la cultura no la tiene. De ahí que los programas públicos de apoyo a la financiación privada de la cultura se basan en buena medida en generar confianza, no en subvencionar solamente, sino en dar garantías, en explicar que hay un plan de estabilidad detrás.

El problema de costos enterrados no lo tiene el productor cultural pequeño o marginal. Hollywood produce cada año un número determinado de filmes, de los cuales la mayoría no tiene éxito –y ellos saben muy bien lo que es comercial y lo que no es comercial, pero aun así se equivocan–. Eso explica un fenómeno muy importante: cómo redistribuir las pérdidas en unos pocos grandes productos de éxito.

Pero la productora pequeña –que hace una única película al año, no controla la distribución, no puede realmente invertir en valores seguros y se juega todo en un film– arriesga más.

La cultura, como otros sectores económicos, se basa en esa frase inglesa: “el mejor lo gana todo”; lo que llamaríamos la economía del *star system*. Lo mejor tiene un valor enorme, y lo segundo ya no.

---

<sup>5</sup> Si me regalan unas entradas para ir al teatro y he leído en la crítica que la obra era muy mala es probable que ni habiéndome regalado las entradas vaya. En cambio, si yo produzco zapatos y el diseño de esos zapatos no funciona muy bien, lo bajaré de precio hasta que alguien lo compre, y recuperaré parte de la inversión.

## *Economía de la Cultura*

Uno está dispuesto a pagar lo que sea para escuchar en el Teatro Colón al tenor más importante del mundo en ese momento. El tenor número diez, que es buenísimo, ya cobra una salario mucho más bajo.

Y el número 50 se muere de hambre.

Por ejemplo, ¿Dónde se pone la publicidad?

En el canal de televisión que tiene el número uno de audiencia; el que tiene el número dos recibe proporcionalmente mucho menos inversión publicitaria que el uno<sup>6</sup>. Los seres humanos nos apuntamos

---

Bonet: “El Prado tiene la mejor colección de Velázquez del mundo, cualquier día del año se puede ver esa colección. Pues bien, se montó una gran operación de

al número uno y estamos dispuestos a lo que sea para el número uno: estamos hablando de un intangible, del valor de reconocimiento.

Vivimos en sociedades donde hay una saturación brutal de mensajes mediáticos sobre el consumidor, donde cruzar el umbral de reconocimiento es difícilísimo. Las empresas, que de eso saben, lo que hacen es invertir en reconocimiento, invertir en la buena distribución de la producción. Por lo tanto el presupuesto de publicidad crece proporcionalmente muy por encima a medida que crece el reconocimiento de un productor y su costo de producción.

Las grandes empresas apuestan al *best seller*, ponen la mayor parte del presupuesto publicitario en lo que consideran que puede ser un *best seller*. Y en la medida que controlan la distribución, colocan los productos menos exitosos a través de canales cautivos. Por ejemplo, un exhibidor quiere la película que se prepara para Navidad, quiere los Oscar, entonces debe programar el resto del año las películas serie B que no quiere porque de otro modo no tendrá la que quiere.

Se generan procedimientos de mercados cautivos, que permiten a la empresa con posición de dominio de la distribución controlar el sector. Pero atención, lo mismo se hace con los abonos a un ciclo de conciertos: se le garantiza a principio de temporada al espectador tales obras en el lugar que quiere, pero en la programación se incluyen obras para las que probablemente no compraría entradas.

Hay un contrato en el que yo le apporto algo que usted quiere y usted me compra cosas que yo quiero, yo estoy colocando aquello que me hace de alguna forma bajar costos más o menos conocidos, o intentar apostar por determinadas cosas más innovadoras.

---

marketing diciendo que habían venido Velázquez que no se habían visto nunca en Madrid, y hubo colas enormes. ¡Si las mejores obras de Velázquez están igualmente cada día del año en Madrid!”

La estrategia de vender un paquete es una estrategia de reducción de riesgo por parte del productor, pero también por parte del consumidor.

Otro aspecto importante es que al creador, al autor, al producto no conocido lo que le interesa es invertir en su reconocimiento por el sistema. Pero el reconocimiento por el sistema no es lo mismo que el reconocimiento del mercado. En términos muy generales, sin el reconocimiento del sistema es muy difícil la aceptación del mercado.

Al creador lo que le interesa es que sus colegas, la crítica, los expertos, la gente que considera una autoridad le diga que ha hecho algo que merece la pena. Si eso funciona, eso puede facilitar el acceso a los canales de difusión, a las subvenciones, a ese proceso de reconocimiento; pero es que hay una necesidad intrínseca por parte del creador, porque lo hemos instruido de esa forma, porque le hemos estado hablando de lo sublime, porque le hemos estado hablando de lo imprescindible de ser innovador, porque le hemos dicho que lo comercial es una porquería.

Todo eso explica que al artista, más preocupado por aquel reconocimiento que por el éxito comercial, le cueste entender por ejemplo el gasto de publicidad. Para el artista que empieza, lo importante es poner todos los recursos en la producción, no en su difusión.

Entonces eso a veces al gestor le genera problemas, problemas que llegan además a la paradoja de decir “¿Quién soy yo para decirle a ese señor que se está autoexplotando brutalmente que no es él quien tiene razón?” De alguna forma la autoexplotación a veces legitima ciertos comportamientos irracionales –que quizás no son tan irracionales–.

En el campo cultural se acostumbra adaptar las estrategias de marketing al producto, es decir, condicionan menos el diseño del producto.

## *Economía de la Cultura*

Hay una importancia mucho menor de los estudios del mercado, entre otras cosas porque no hay dinero para dedicarle a eso. En el resto de las actividades económicas es inconcebible producir algo sin un estudio de mercado previo: primero se ve si hay mercado potencial, luego se hace la inversión.

Pero aquí tenemos primero una propuesta artística, una propuesta creativa que intenta encontrar su público; por lo tanto hay un predominio del auge del producto –que en general es el auge cultural– sobre el valor comercial, sobre el auge financiero.

Evidentemente ésa es la regla general, pero hay muchas excepciones: el espectáculo comercial, los shows televisivos se basan en una lógica estrictamente de mercado. Hay una diversidad de géneros enorme, y cada género tiene su lógica, pero además hay una cierta esquizofrenia en muchos creadores entre la necesidad como ser humano que debe comer y ganarse la vida, la necesidad de ser auténtico, de responder a su propio pulso interior creativo, y las exigencias múltiples del entorno social, estético, económico que lo rodea. También interviene otro aspecto: antes veíamos cómo la demanda se comporta de forma contraria a la ley de goce –quien valora algo es quien más tiene de eso–, por lo tanto, en la medida en que se genera oferta, esa oferta termina encontrando su público a largo plazo.

Son características las estrategias de política cultural que despiertan la demanda potencial ofreciendo y ayudando a crear hábitos, dando la oportunidad al creador de experimentar y a la gente de conocer. Pero mercados hay de muchos tipos en el ámbito de la cultura, y así encontramos –sobre todo en sectores como el de las artes visuales– mercados secundarios especulativos, muy propios de los productos únicos que incorporan ese valor de prestigio, ese halo que le damos a lo único.

En el fondo el valor en el mercado no depende del valor intrínseco sino que depende de la coyuntura: una pintura de un autor famoso no sube y baja de precio en el mercado porque su valor intrínseco suba o baje; depende de si hay una coyuntura económica favorable o no, la

## *Economía de la Cultura*

demanda depende de la posibilidad de acceder al precio por parte del comprador potencial. Nos encontramos por lo tanto con mercados muy elásticos, muy sensibles al nivel de ingresos y muy insensibles en cambio al precio –en la medida en que se está dispuesto a veces a pagar cantidades absolutamente absurdas para determinado tipo de obras–. Lo que hace un galerista privado es decirle al coleccionista: “esa obra que usted está comprando es un valor solvente; valía 5 y ahora vale 10”. Más allá de sus valores estéticos, de que a usted le guste, eso económicamente tiene un valor solvente.

Bien, ¿Qué quiere decir solvente en un mercado especulativo, que depende de la coyuntura? Que en el mercado del arte cuando las cosas van bien suben los precios, y cuando las cosas van mal bajan los precios.

Pero el propio agente mediador cuando el precio baja no lo reconoce (dice en cambio que tiene una oferta fantástica de alguien, que se puede conseguir a un precio irrisorio), porque entonces estaría erosionando la credibilidad, ese argumento económico que el mediador utiliza para dar seguridad ante algo que es absolutamente inmensurable.

Otra característica importantísima es cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están transformando la estructura de costos de la producción cultural reproducida.

La digitalización y la convergencia tecnológica hacen que la inversión se concentre en la producción del prototipo –de la matriz–, y en la promoción y el reconocimiento: ésos son los costos fijos, que son la mayor parte del costo de producción. En cambio resulta que el costo de reproducción –el costo por unidad marginal, por unidad adicional– tiende a cero. Esto genera un gran espacio para la piratería<sup>7</sup>. Hay mucha gente dispuesta a enriquecerse gracias a la

---

<sup>7</sup> Para poner un ejemplo: con las tecnologías analógicas, en los tiempos antiguos copiar un libro quería decir copiar a mano, luego llegó la fotocopia que permitió evidentemente copiar apuntes o textos de estudio, pero a nadie se le pasaba por la cabeza fotocopiarse una novela o una enciclopedia. El costo de reproducción de una

## *Economía de la Cultura*

inversión hecha por otros en producción y reconocimiento, y eso explica la proliferación en este sector de la piratería convencional – con lo que implica de mafias, de venta ambulante, de economía informal–.

A esto se suman los mecanismos de difusión a escala mundial, con sistemas de persona a persona, de intercambio de archivos por Internet y de portales que lo facilitan, que se financian con publicidad. Existe además un problema en el ámbito del derecho de autor.

Uno de los principios básicos es el equilibrio entre el derecho del autor que ha generado la obra y el derecho de la gente a la difusión. Eso justificó la idea de la copia privada: ir a la biblioteca y acceder a un libro era la contrapartida del derecho del escritor cada vez que vendía un libro.

Cuando reproducir es tan fácil y tan barato el gran problema es el abuso de la copia privada. En este momento nos encontramos con un problema gravísimo, y es que nunca jamás habíamos tenido una presión tan fuerte de la industria y de las sociedades del derecho de autor como ahora, para eliminar un derecho fundamental como es el de copia privada. Pero es el abuso de la copia privada lo que genera esa lucha, esa contrarréplica tan fuerte. No sólo hay que tener en cuenta que la piratería afecta muchísimo más a los grandes éxitos que las ofertas minoritarias especializadas en el mercado reducido, sino también que al transformar el esquema de negocio lo que está haciendo es que un modelo que dedicaba ciertos recursos al desarrollo de cosas más o menos innovadoras, ya no lo está haciendo.

No sabemos cuál es el paradigma de negocio futuro.

---

enciclopedia de quince volúmenes era inaccesible. Hoy en día una enciclopedia de quince volúmenes es un CD que entra en cualquier ordenador. ¿Qué cuesta un CD? Nada.

## *Economía de la Cultura*

Hasta el momento los mecanismos técnicos legales para intentar evitar la piratería se han mostrado absolutamente ineficaces. Es necesaria mucha investigación, pero la que se está desarrollando está tan mediatizada por los intereses en juego que a veces cuesta saber realmente qué es lo que está pasando realmente y sobre todo qué viabilidad tienen los modelos alternativos de negocios potenciales.

### **Caminos para la investigación**

Creo que sin investigación rigurosa, en diálogo interdisciplinar y bien asentada en cada contexto local, no es posible avanzar en un mejor conocimiento de la economía de la cultura. No importa lo que hacen otros, sino cuáles son nuestros problemas. En ese sentido es importante ser crítico y ser libre: tal como decía hace un instante, la financiación de la investigación suele estar condicionada por problemáticas o intereses de otros. Si no hacemos lo que nosotros realmente consideramos relevante quizás estamos perdiendo una oportunidad. Al mismo tiempo debemos ser conscientes de otro problema: las fuentes de información disponibles son las que son, y son aquellas que interesa que existan. Se tiene información de aquello que a determinada gente le ha interesado.

Hay información pública y hay información privada –que solamente conocen los que la han encargado y que tienen escondida, porque si se difundiera se podrían elaborar estrategias contra los intereses de esta gente, o porque esa información es la que les da la ventaja comparativa para competir en el mercado–. Por otra parte, hay información que aun sin ser totalmente privada es carísima<sup>8</sup>.

La disponibilidad de información condiciona lo que se quiere hacer. De todas formas cada uno debe intentar escoger los temas que considere realmente relevantes sin pretender conformar la realidad;

---

<sup>8</sup> Por ejemplo, es costosísima la serie de información sobre ventas del sector discográfico: la Federación Internacional de la Industria Fonográfica la vende a precios imposibles para casi todos los investigadores.

## *Economía de la Cultura*

un investigador ha de ser neutral, no ha de pretender demostrar una determinada idea prefijada.

Otro peligro es ser demasiado lacayo de la academia dominante: la academia norteamericana, la academia europea. Tienen sus propios intereses y su propia agenda. Para que me valore la gente que me tiene que valorar en mi país, para decir si mi nivel de investigación es bueno o es malo yo debo seguir determinados cánones. ¿Es eso lo que interesa a otra persona de otro país?

Quizás no; por lo tanto, creo que es importante aprender de sus metodologías pero a partir de ahí ser muy libre, no dejarse influenciar por lo que está en este momento dominando en la academia internacional. Yo, en ese sentido, creo que merece la pena trabajar sobre todo la relación entre desarrollo económico y desarrollo cultural. Eso no le interesa a la academia dominante, en cambio sí que interesa aquí, entre otros muchos temas.

Cuando es riguroso el análisis económico de la cultura (por desgracia no siempre lo es), constituye una buena ayuda para entender e interpretar mejor las lógicas productivas que tiene el mercado del sector. Es bueno que el actor cultural que no tiene formación económica se adentre en lo que la economía de la cultura le puede aportar; sin embargo, al ser la economía el paradigma dominante en la actualidad es importante no fijarse solamente en la aportación de la economía de la cultura sino estar abiertos a otras interpretaciones – sociológicas, antropológicas, estéticas, etc. de esa realidad cultural.

Hay que perderle el miedo y el respeto a la economía, pero perderle el miedo no quiere decir despreciarla: aporta cosas interesantes y si aprendemos, si sabemos hablar su lenguaje, a manejarlo en el diálogo con los responsables financieros de la distribución –no para dejar de pensar en nuestro propio lenguaje–, quizás podremos conseguir mejor nuestros objetivos.

## **Diálogo con el público**

### **1. Su disertación se orientó sobre todo a las industrias audiovisuales ¿Cuál es su opinión sobre las otras industrias, por ejemplo la industria del libro?**

Yo he hablado mucho de lo audiovisual y de la música porque son los sectores que en este momento están en proceso de transformación mayor. El sector del libro está estancado en términos de facturación (no estoy hablando de Argentina sino del libro en lengua castellana en general), porque compite con esos otros productos culturales que tienen una demanda muchísimo más amplia y creciente, porque el número de ventanas de explotación de la obra cultural en esos otros medios es mucho mayor, crece a un ritmo más grande. El libro depende del tiempo que dedicamos a leer, y hay muchos otros factores o cosas que atraen y distraen, que están proponiendo que aquello no tiene que existir.

El sector del libro además no es homogéneo; por un lado, el libro de texto sigue una lógica ligada al mundo escolar, al mundo académico. Por otra parte está todo el mundo del libro de ficción. Y luego, el libro de referencia (aquí el multimedia, las nuevas tecnologías, han entrado con fuerza). En ese sentido es interesante saber diferenciar la situación: algunas empresas editoriales importantes han entrado bien en lo multimedia, aunque las expectativas no han sido tan grandes.

Además, si hay una concentración creciente del mercado en manos de unos pocos grandes grupos a escala internacional, esos grandes grupos se encuentran con aquella paradoja que yo he comentado entre lo comercial y lo auténtico —es la paradoja central en el sector del libro—. Las editoriales de prestigio que han permanecido a lo largo de décadas han sabido ofrecer cosas nuevas, auténticas, y darles valor comercial. Cuando esos grandes grupos caen en manos de los responsables financieros, acostumbrados a buscar rentabilidades altas, claro, no se admite la posibilidad de apostar y perder.

## *Economía de la Cultura*

Muchas grandes editoriales han comprado colecciones o editoriales pequeñas de mucho prestigio y simplemente las han fundido.

¿Esto quiere decir que las grandes editoriales lo hacen todo mal?

No.

Pero es un sector realmente complejo, es un sector que se ha internacionalizado cada vez más.

Lo que ha pasado en Argentina es probablemente excepcional a nivel internacional: la importancia que en una época tuvo este sector; hasta qué punto se controlaba la distribución regional. Cuando los costos subieron muchísimo aquí se perdió ese mercado regional. A partir de determinado momento se compran los saldos que vienen fundamentalmente de España. Uno los encontraba y se preguntaba:

¿Qué sentido tienen en Argentina? Ninguno. Simplemente se había comprado un contenedor lleno de libros a dólar el libro que se ponían a la venta a cuatro dólares, en ese momento en que no podían competir los libros de aquí.

Y ahora –que de repente vuelve la producción nacional–, ¿cómo actúan esas grandes editoriales internacionales que compraron a las editoriales argentinas?

En el caso chileno es interesante ver que mantienen un cierto porcentaje de colección local e importan otra parte. Lo que ha pasado en Chile en el fondo se parece mucho a lo que ha pasado con la industria discográfica. Le dicen a la empresa local: “usted tiene tanto dinero para promocionar el fonograma global, tanto para el regional y tanto para el local”. Son márgenes que se dan porque están valorando hasta qué punto se logran las metas comerciales que al jefe regional le imponen, que de alguna forma es lo que le han impuesto desde la casa matriz.

**2. Usted dijo que el análisis económico tenía problemas para explicar el comportamiento irracional de los agentes, porque había hipótesis dentro de la rama de la economía que podían no cumplirse como por ejemplo la maximización de la utilidad o lucro. Mi pregunta es: Ya que la economía es una herramienta como cualquier otra para poder entender el comportamiento de**

**los agentes, ¿Por qué no podríamos pensar que los artistas sí están maximizando la utilidad, y que su utilidad pasa por la creación y no por el lucro? ¿Por qué no estudiar a los artistas como agentes cuya curva de utilidad puede ser diferente a la de otros agentes?**

Evidentemente la función de utilidad se puede analizar desde perspectivas distintas. Lo que yo señalaba es que las hipótesis implícitas aceptadas comúnmente en economía –por ejemplo el lucro o la racionalidad económica– no se cumplen, y son hipótesis que no cuajan con la que tú estás planteando que es la de un artista. Hay en este momento algunos estudios bastante interesantes que analizan los incentivos a la creatividad y distinguen dos tipos: los incentivos intrínsecos al proceso creativo y los extrínsecos.

Los extrínsecos son aquellos que un creador –como ser humano que es– comparte con el resto de las personas. Si yo soy un creador evidentemente quiero comer de mi trabajo, quiero reconocimiento social y por lo tanto busco todas esas cosas. Esos incentivos son importantes. Pero hay otro nivel que es el incentivo intrínseco: no es tanto el reconocimiento social, sino el de esa gente a la que yo le doy autoridad moral. Es la posibilidad de compartir la experiencia, la posibilidad de materializar mi idea.

Cuando mezclo ambos incentivos, la función de utilidad es compleja. Si intento explicarla desde una función de utilidad normal me cuesta, porque además los intrínsecos son más potentes que los extrínsecos.

### **3. ¿Entonces en una perspectiva de política de apoyo a la creatividad es más importante favorecer los intrínsecos?**

Desde el punto de vista humano es un poco fuerte: alguien podría decidir suprimir las subvenciones porque total los artistas crearán igual. Es decir, la cultura existirá igual aunque haya crisis. Eso me lo comentaba una vez una monja que trabaja con prostitutas en la calle. Me decía:

“Ellas no saben qué comerán mañana, pero no dejan de celebrar cada noche y pasarlo bien y cantar y bailar”.

Para ellas la cultura no es la guinda del pastel, es imprescindible para vivir. Si uno le explica eso al ministro de Hacienda, estará todo mal. Lo que quiere un artista es por ejemplo que le facilite un espacio para intercambiar con otros, que le des la oportunidad de materializar su obra, eso es lo fundamental. Hay un economista suizo, Bruno Frey, que está trabajando justamente en esta dirección.

#### **4- ¿Qué visión tiene acerca de la subvención política a la cultura?**

Es un intercambio mercantil del que debemos ser capaces de aprovecharnos sin caer en sus trampas. Pero no es el mercado mercantil. Es decir, cuando a un político le interesa subvencionar a alguien es porque le aporta prestigio a él, entonces el político no tiene mucho interés en ayudar al artista joven que no lo prestigia. Es en el momento en que se recibe prestigio que interesa saludar y hacer la foto junto al artista.

El tema es que si toda la política cultural se basa en lo consolidado no avanzamos, estamos haciendo política cultural “de momias”. Es importante que una sociedad se lea a sí misma y eso hacen los artistas contemporáneos, no los del pasado. Eso no quiere decir que no esté muy bien el hecho de que podamos compartir, podamos disfrutar, que podamos aprender del patrimonio acumulado. Es una relación mercantil. A mí me molesta enormemente esa manipulación, pero uno debe saber jugar con ella.

#### **5. ¿Cuál es la tendencia con que se intenta resolver el problema del derecho de autor?**

Es un tema muy complejo; hay luchas muy duras y estamos en peligro de perder parte de nuestra legislación histórica de defensa de lo público, porque las tecnologías están rompiendo el modelo y los que están perdiendo dinero se defienden y constituyen grupos de presión para conseguir el cambio de las leyes a su medida.

Entonces no está claro si la legislación que haremos de entrada será eficiente.

Además, como usted probablemente sabe hay dos tradiciones, la anglosajona y la continental. Y en un mundo cada vez más mercantilizado la que está dominando es la anglosajona: el *copyright*, es decir el derecho a propiedad. Yo me planteo qué es más importante ¿El derecho a la propiedad del que ha generado el valor, el artista o el productor, el empresario, o el derecho de todos a acceder a eso?

Eso no lo resolveremos discutiendo filosóficamente, eso en el fondo se resolverá en función del modelo del negocio imperante, y la legislación es un elemento adicional. Hasta el momento, como decía antes, las medidas técnico-legislativas para evitar la piratería están siendo bastante inoperantes.

## **6. Comentario del público:**

*En algunos sistemas el costo de las tecnologías de copiado incluye un arancel.*

Eso es un avance, fue un logro de las sociedades de gestión de derechos de autor, porque ese dinero va a parar a las sociedades de gestión en países ricos.

No es una solución, pero ese dinero se reparte en función de criterios explícitos: yo pago un dinero cada vez que hago una fotocopia, cada vez que compro un CD virgen; una cantidad muy pequeña que ni me doy cuenta, pero es una solución parcial. El problema es el siguiente: estamos en un mundo globalizado donde los sistemas legislativos son distintos y donde hay muchas mafias preparadas, que piensan dónde habrá la pequeña brecha para hacer negocio y apropiarse ellos del gran esfuerzo para lograr el reconocimiento de una obra. Contra esta gente es muy difícil luchar y además en el mismo saco nos han puesto a todos.

Yo creo que nosotros hemos de defender el derecho de autor, pero no tanto por motivos económicos sino porque detrás de un derecho de autor hay un derecho moral, hay un conjunto de derechos conexos muy importantes, y nosotros hemos de defender al creador ante la manipulación de su obra.

Es muy difícil, no soy capaz de dar la respuesta a estas preguntas, porque yo mismo tengo miedo de caer en la manipulación de los distintos agentes que están en este momento interesados en defender determinadas posiciones, y no tengo exactamente claro cuál es la mejor salida. Colaboré justamente con un informe para la Unión Europea sobre este tema, y es complejo.

**7. Comentario del público: Ahora hay un debate muy interesante sobre el tema porque la piratería mueve mucho dinero, pero también genera empleo. Todo eso entra en el sistema de la economía informal y está moviendo y generando mucho empleo también. Entonces hay un ámbito muy complejo de definir, no es así de simple.**

No es así de simple, pero hay que cuidarse de no caer en la legitimación de algo que desde mi punto de vista es muy grave: las mafias actúan haciendo de mafia, y cuando uno incumple la ley de la mafia no vale la ley de la legislación general. Esa gente no paga impuestos. Es muy fácil si encuentro un argumento que legitima mi piratería, y es “yo creo empleo” o “las *majors* incumplen el derecho de autor”. Todo eso que tú has dicho es absolutamente cierto, pero entrar a justificar lo incorrecto a mí, la verdad, me genera dolores de barriga. Es cierto que no son iguales todas las circunstancias. No es lo mismo defender el derecho colectivo a la cultura porque los distribuidores no están dispuestos a llevar libros hasta el último rincón. Cuando eso es así yo no tengo ningún problema en que me pirateen mis obras, estoy encantado. Pero por delante: es que hemos de ir a una transformación del sistema.

Por ejemplo: ¿Qué interés tengo hoy en publicar mis obras en una editorial convencional que me está engañando? Es mucho mejor que yo las cuelgue en Internet, es decir, resulta que me lee mucha más gente, que en el fondo es lo que yo quiero si lo cuelgo de Internet.

El tema es: ¿Dónde está el modelo? Porque no soy lo mismo yo – profesor de la universidad al que leen cuatro– que el señor que hace un libro de superventa que sí vive de eso. Yo no vivo de eso, entonces el problema es que no podemos pasar por el mismo análisis.

Son niveles distintos, y yo creo que uno debe encontrar otros mecanismos –no digo ya respuestas–. Simplemente me genera dolor de estómago, pero acepto el reto.

## **8. Quería saber exactamente a qué se refería con la “autoexplotación” de los artistas.**

Yo diría que prácticamente todos los artistas se autoexplotan. Es decir, ¿Cuántas horas dedican de su tiempo, de sus energías, de sus horas de crear, a intentar sobrevivir en el mercado, a intentar hacerse un hueco? ¿Quién es el principal financiador de las actividades de la mayoría de creadores? Normalmente el propio creador, su familia o su pareja, normalmente es así.

Hay un estudio muy interesante de David Throsby en el que analiza qué es más importante para los artistas australianos, si el tiempo que puede dedicar a crear o el salario. En ese análisis resulta que los artistas creadores *part time* –que dedican tiempo a una actividad para comer y dedican tiempo a crear– cuando sube el ingreso en la actividad para comer la reducen para ganar horas para crear. Eso es muy típico por ejemplo en el ámbito educativo, en el ámbito de gente que trabaja en ese tipo de cosas. Para ese creador es más importante su actividad creativa que la otra.

Pero nuestro problema está en que la pirámide profesional, la pirámide del mercado laboral de remuneración –la relación entre el que gana más y el que gana menos– es brutal y entonces nos encontramos con que lograr ocupar el lugar para vivir de lo que tú haces es difícilísimo, está reservado para la minoría.

Estamos formando muchísima gente y los pocos que llegan a cruzar ese umbral lo hacen porque han invertido mucho dinero de ellos o de su familia, han invertido mucho de su tiempo. Quien no pudo esperar quizás fuera un diamante en bruto fantástico, pero no llega a serlo. En ese sentido es autoexplotación.

Pensamos que lo que ha permitido financiar tal proyecto cultural es ese dinero que llegó de la fundación X, la subvención A, y no

estamos dando valor a lo que invirtió el creador mismo en su tiempo, en su formación. Esto es importante porque a menudo uno de los problemas es que el dinero que marginalmente es necesario para hacer factible una cosa termina decidiendo muchísimo más que todo aquel dinero más o menos escondido que ha ayudado a que llegara a hacerse. A veces estamos al servicio de ese último tramo marginal de recursos y hacemos lo que quieren quienes lo aportan en vez de hacer lo que nosotros queremos. Por eso la importancia de la legitimidad, del proceso a veces difícil de negociar entre los actores que intervienen –porque no es una negociación explícita sino que está llena de elementos implícitos–.

## **9. ¿Se debe asumir entonces que lo económico determina lo cultural?**

Es mucho más que eso. De entrada el propio modelo de desarrollo económico depende del modelo de desarrollo cultural. La cultura condiciona en una primera instancia al modelo de desarrollo económico. Luego está la dimensión económica de la producción cultural: como colectividad el hecho de que haya una actividad cultural nos aporta recursos tangibles e intangibles, es una externalidad fantástica que puede justificar la subvención pública.

¿Por qué hemos de subvencionar un festival? Porque ese festival puede ser por un lado la oportunidad de una comunidad para ver cosas que sin ese festival no podría ver (sería algo intangible) o, por otro lado, la posibilidad de generar empleo y riqueza, porque viene gente de afuera, turismo cultural (un conjunto de elementos que son ya externalidades tangibles beneficiosas). Además, se pueden generar multitudes de sinergias alrededor de esa actividad. Llegar a medir ese conjunto no es fácil, porque lo tangible más o menos es posible pero lo intangible es muy difícil. ¿Es que no puedo sumar manzanas y patatas? Es decir, el problema es qué unidad de medida utilizo para medir. En lo tangible el dinero, pero... ¿En lo intangible? Por eso es tan importante aquí introducir el concepto de bien de mérito: aquello que la sociedad, la comunidad, considera que tiene mérito. Por eso es tan importante pensar no solamente en términos de consumidor sino en términos de ciudadano.

## *Economía de la Cultura*

En el fondo un gestor cultural es el mediador entre el creador, el consumidor y el ciudadano. Son tres lógicas distintas, no siempre fáciles de poner de acuerdo.

## ***Economía y gestión de la cultura en Francia***

**Xavier Dupuis** – Universidad de Paris - Dauphine

Iniciaremos el acercamiento a nuestro tema revisando algunos datos que nos ilustrarán acerca de la incidencia económica de la cultura en Francia. Las cifras, sin ser de una dimensión considerable, dan testimonio de la importancia de la actividad:

Con 430.000 empleos, el sector cultural<sup>9</sup> representa el 2% de la población activa –de acuerdo con los datos del censo de 1999–. En los hogares franceses, los gastos para cultura representan el 3,5% del gasto total. No sólo abarcan entradas para espectáculos y para museos, sino también libros, diarios, discos y televisión. También se tiene en cuenta en ese gasto la compra de los aparatos que permiten esas actividades –televisores, grabadores, reproductores–. Ese 3,5% de los gastos del hogar representa 28 mil millones de euros.

Francia tiene una imagen de país con una política cultural fuerte, pero que el Ministerio de Cultura tenga más o menos el 1% del presupuesto del Estado es un objetivo político que se exhibe desde hace veinte años y nunca se alcanzó en la realidad, aunque actualmente no estamos lejos (hoy es del orden de los 2.600 millones de euros). El Ministerio de Cultura no es el único que gasta en ese sector: casi todos tienen un gasto cultural, ya sea porque están funcionando en edificios históricos, o porque tienen a su cargo tareas específicas (el de Relaciones Exteriores por ejemplo se ocupa del conjunto de la política cultural en el extranjero).

---

<sup>9</sup> Según las convenciones fijadas por el Ministerio de la Cultura y el INSEE (Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos), se entiende por sector cultural el espectáculo, las actividades artísticas, la conservación del patrimonio, la arquitectura, el cine y el video, la radio y la televisión, la prensa y el campo editorial.

## *Economía de la Cultura*

Así, el esfuerzo total del Estado para la cultura asciende actualmente a un poco más del 2%, si se le agregan las medidas fiscales para beneficiar algunas actividades culturales. También es menos cierta que antes la imagen de Francia como país muy centralizado, porque lo que llamamos colectividades territoriales –las regiones, los departamentos y sobre todo las ciudades– participan en más o menos un 51% del conjunto de esta financiación política de la cultura.

Ese gasto público representa 12 mil millones de euros. En comparación, el mecenazgo en Francia es anecdótico, es muy marginal, ya que tiene apenas 300 millones de euros. El sector cultural, en suma, en relación con el producto bruto representa el 3,2%. Se pone así en evidencia su importante dimensión económica. Hasta hace veinte o veinticinco años los economistas ignoraban o desdeñaban esta dimensión.

Lo que justificará su atracción aparentemente repentina –no sólo en Francia sino en todos los países– será el pedido de legitimar el aporte de fondos públicos<sup>10</sup>. Es decir, se comenzó a hablar de economía de la cultura un poco a la defensiva en relación con el problema del presupuesto. La paradoja francesa es que en el país la economía de la cultura no va a tratar de legitimar las subvenciones adquiridas, sino el crecimiento considerable del gasto público a favor de la cultura.

Hay que volver un poco a la historia y las políticas culturales –que son muy antiguas– para comprenderlo.

### **De la economía de la cultura a la gestión - Cultura y economía: un vínculo históricamente ignorado y negado**

---

<sup>10</sup> En Estados Unidos se inicia esta actitud con el estudio de Baumol [véase la ponencia de Sandra Rapetti en este encuentro] y se incrementa a fines de los años '70 con Reagan en la Casa Blanca, para justificar las subvenciones existentes.

## *Economía de la Cultura*

La primera razón de la falta de interés por parte de los economistas en la cultura es un contexto de gran proximidad de lo político: las artes se desarrollaron en la Corte y se beneficiaron, a lo largo de los siglos, de la magnificencia de los príncipes, la generosidad de los reyes, la protección y el apoyo financiero. Francia a este respecto es un país ejemplar ya que la intervención del Estado en el área cultural ha sido permanente desde hace cinco siglos, sin ruptura de los grandes principios y modalidades: la búsqueda del prestigio y de la excelencia.

Esta lógica privilegió la creación de instituciones –ya sea castillos como el Château de Versailles, o los grandes trabajos recientes de Mitterrand, grandes bibliotecas, la Ópera de la Bastilla, el gran Louvre, etc.–, con una predilección marcada por la arquitectura como gran gesto. La revolución misma no hizo ningún cambio en esta lógica, sino que organizó el sistema bajo un esquema de pirámide: instituciones nacionales de prestigio en París –algunas como transformación de anteriores instituciones reales– y en el resto del territorio otras que convergen todas hacia lo alto. Es así como se crean el museo del Louvre, que es una institución fuerte, y el Conservatorio Nacional Superior en París. En el siglo de las luces el principio de compartir con el mayor número forma parte de lo que va a ser la democratización, forma parte del discurso político revolucionario. Pero recordemos que el museo del Louvre apenas abierto fue cerrado al público, es decir que la democratización sólo va a reaparecer diría en los últimos cuarenta o cincuenta años.

El Ministerio de Cultura creado en 1959 va a asegurar totalmente esta herencia histórica buscando conciliar la excelencia, el prestigio y esta nueva preocupación de la democratización. Desde el punto de vista económico, las artes correspondieron históricamente a la esfera no comercial. Los economistas desconfiaron de las estructuras sin fines de lucro, porque siempre las asimilaban al lujo y la frivolidad, para excluirlas o ignorarlas.

## *Economía de la Cultura*

En el Estado francés el Ministerio de Cultura dispuso, desde su creación en 1959 y hasta 1981, de muy pocos créditos<sup>11</sup>. Este ministerio heredó del pasado grandes instituciones nacionales –la Comedia Francesa, la Biblioteca Nacional, el museo de Louvre–, pero una vez que estas grandes instituciones estaban financiadas no le quedaba más dinero. Hay un ministerio pobre a lo largo de los años ‘70, al menos a partir de 1974 con el presidente Valéry Giscard d’Estaing: tuvo varios ministros a lo largo de siete años, fue disminuido al rango de Secretaría de Estado, con las obvias consecuencias financieras. A pesar de su imagen, tenía muy pocos medios de acción real. Cuando se tenía un poco de dinero se creaba otra institución nacional –por ejemplo, en el período de dicho presidente, fue el caso del centro Pompidou: nueva gran institución parisina, que depende del Ministerio de Cultura–. Entonces había un verdadero repliegue de la administración.

Así, el objetivo era el mantenimiento del patrimonio constituido por estas grandes instituciones heredadas del pasado, y siempre en el área tradicional de las bellas artes –espectáculos en vivo, museos o monumentos históricos–. Aun cuando el ministerio no estaba ausente del campo del cine y del libro, las industrias culturales en gran parte no habían entrado en esa área<sup>12</sup>. Cuando se habla del empleo en el Ministerio de Cultura en los años ‘70, se piensa inmediatamente en puestos o cargos de funcionarios. La idea de que hubiera empleo afuera era impensable.

---

<sup>11</sup> El presupuesto está cerca ahora del 1%, pero en los años 70 el “umbral psicológico”, el horizonte deseado, no era del 1% sino del 0,5%.

<sup>12</sup> El disco por ejemplo tenía un plus de IVA de 33,3% –reservado a los productos de lujo como el caviar y los tapados de piel–. Sólo desde hace diez años el disco en Francia tiene un IVA “normal” –considerado así por el Ministerio de Economía–, es decir 19,6%. En comparación, el libro tiene una reducción de IVA de 5,5 %. Ésa es la visión: el libro es la literatura, los grandes escritores, entonces forma parte de la cultura; los discos son el negocio del espectáculo, por lo tanto no conciernen al área, no se los tiene en cuenta como política. El Ministerio de Cultura en los años ‘70 es un Ministerio de “bellas artes”.

## *Economía de la Cultura*

Aquí interviene una cuestión muy importante que explica por qué no se habla de economía de la cultura en aquel momento: muchos profesionales del sector cultural eran activistas políticos. Había una relación esquizofrénica, porque los profesionales del sector cultural evidentemente eran de izquierda, con un peso importante del partido comunista (en la época, por otra parte, “artista de izquierda” era un pleonismo en relación con la definición de artista), y al mismo tiempo estaban obligados a relacionarse con un Ministerio de Cultura de derecha. Esto contribuyó a mantener una interpretación o ecuación simple: economía igual a dinero, dinero igual a capitalismo, igual a derecha, igual a enemigo. En estas condiciones evidentemente el arte y el dinero no podían coexistir. No se trata de la visión romántica del artista que rechaza el dinero; es que por razones políticas e ideológicas la coexistencia era inconcebible: el Ministerio de Cultura nunca habría osado hablar de economía y mucho menos de administración. Se daban subvenciones, pero no se hablaba de gestión porque esto hubiera sido declarar su existencia frente a alguien que por definición estaba del otro lado. No es asombroso en estas condiciones que los economistas ignoraran al sector cultural. Por otra parte la cultura no era tomada en cuenta por el Instituto de Estadísticas; poquísimos economistas universitarios manifestaban un interés por la cultura: hasta 1980 no hubo tesis en economía vinculadas con el sector cultural.

### **El discurso en torno a la dimensión económica: una estrategia de legitimación**

En 1981 con la elección de Mitterrand y la llegada de la izquierda al poder, Jack Lang es nombrado ministro de Cultura y se produce una ruptura respecto del anterior repliegue sobre las preocupaciones administrativas y una ruptura más radical aun con respecto a los profesionales. En un contexto de crisis económica violenta, con un nivel de desocupación muy importante, el sector cultural va a pasar de la penuria a la abundancia, ya que de entrada el presupuesto del Ministerio de Cultura se multiplica por dos. Un acto simbólico y político muy fuerte sostenido por el discurso de la cultura como patrimonio de Francia.

## *Economía de la Cultura*

Esto se va a concretar también con acciones para legitimar el crecimiento de los fondos públicos frente al Ministerio de Economía, que sigue siendo un enemigo irreductible como en todos los países históricamente. Los argumentos se articulan alrededor de la idea de que la cultura es un factor de crecimiento y tiene tres ejes:

- La relación entre cultura y empleo: El sector cultural va a ser considerado como creador de empleo, y especialmente atractivo para los jóvenes. Esto es un factor muy importante si tenemos en cuenta la ya mencionada crisis económica y el desempleo.
- Cultura e innovación: El sector cultural se propondrá como el laboratorio de la sociedad donde van a liberarse las formas de expresión y también donde se forjan las nuevas relaciones sociales. Se rompe el monopolio del Estado en lo audiovisual, y aparecen canales de televisión y de radio de sector privado. Y se produce una gran ilusión, por ejemplo con respecto a las radios libres que contribuyen con la ciudadanía. Se genera un amplio discurso alrededor de este tema, de las nuevas tecnologías<sup>13</sup>, de la innovación. Se prefigura otro modelo económico a través de la idea del tercer sector, de la economía social: empresas ideales, que no son las empresas públicas –que se supone que son pesadas, burocráticas–, pero que tampoco son empresas capitalistas que buscan un beneficio. Empresas que buscan no tanto ganar dinero como crear subvenciones, que se hacen cargo de un proyecto. Y desde el punto de vista económico son los nuevos emprendedores culturales.
- Cultura y desarrollo local: La cultura será planteada como aquello que da vida al desarrollo económico y representa una ventaja mayor para las regiones desfavorecidas que padecen crisis económicas. Ahí puede progresar este discurso. Es importante para la clase política porque el ministerio tiene

---

<sup>13</sup> Un aparato francés, el Minitel –que nunca se exportó–, era una especie de preconfiguración de Internet a escala francesa. Todo lo que se dice ahora sobre Internet se decía con respecto al Minitel francés.

## *Economía de la Cultura*

que amplificar la acción por la actividad territorial (en esa época se inicia la descentralización y se crean las regiones). Así fueron implementados varios dispositivos como pasar de las obligaciones del Estado y las ciudades a fijar cofinanciaciones con colectividades territoriales. Por lo tanto la cultura en los años '80 va a reemplazar al deporte –que ya había dado lugar a inversiones importantes en los años 70– de forma que el conjunto de los gastos en lo territorial para cultura va a ser multiplicado por más de dos. Fue un éxito por parte del Ministerio de Cultura obtener ese consenso dentro de la clase política.

Para resumir, el objetivo de Jack Lang es claro: situar dentro de los grandes ministerios al de Cultura y al ministro dentro de los grandes ministros. Además de hacerlo con una visión económica, fue ampliando el campo de lo cultural a cosas más próximas a los ciudadanos. Tiempo atrás, para el Ministerio de Cultura la música iba de Monteverdi a Boulez, es decir música estrictamente clásica.

En este cambio el rock, la canción, el jazz van a ser reconocidos como culturales, pero también las historietas, el diseño y hasta la moda. Esta lógica va a llegar a los que algunos llamarán “el todo cultural”: todo es cultural para el ministerio, y esto se acompañará con efectos mediáticos –muchas fiestas organizadas, como la de la música, en todas las áreas–.

Contra toda expectativa, los profesionales del sector cultural, aun aquellos que no podían soportar la palabra “economía” antes de 1980, van a apropiarse también del discurso de la economía de la cultura por oportunismo y pensando encontrar allí un nuevo espacio. De manera retrospectiva es fácil ver una estrategia con respecto a las ambiciones personales; pero igualmente se realizaron acciones importantes tales como las siguientes:

Se lanzó un programa de ayuda al empleo y a la creación de empresas culturales que es emblemático de ese gobierno. Algo totalmente nuevo va a ser la ley del precio único de los libros, para proteger a los pequeños libreros frente a la competencia de las grandes redes de distribuciones –sobre todo la de los supermercados

## *Economía de la Cultura*

que venden *best sellers* a precios mínimos<sup>14</sup>. Se crearon nuevas herramientas financieras para las industrias culturales, para el cine, nuevas leyes en materia de derechos de autor, la ley 85 que tiene que ver con los derechos derivados y vecinos. Todo eso aportó nuevos flujos financieros al sector cultural.

Paralelamente a esta evolución política emerge la economía de la cultura como campo de investigación. Así se organizan grandes coloquios en los años 80, se empiezan a proponer estudios, tesis, se desarrolla un movimiento significativo de asociaciones. Sin embargo esa orientación rápidamente se trunca.

### **Administrarse: una exigencia creciente**

Después del '84 se pasa a un discurso puramente administrativo. En el '85 el Ministerio de Cultura da el 20% de ingresos propios como indicador de una “buena gestión”, y como respuesta el medio cultural cada vez tiene más interés. Empieza un proceso de profesionalización para la gestión de estos fondos. Cuando la izquierda pierde las elecciones legislativas comienza una coexistencia con un gobierno de derecha para Mitterrand. El Ministerio de Cultura, con un nuevo ministro de derecha, no va a tener un verdadero discurso, pero va a empezar a poner en marcha cosas que terminará la izquierda cuando vuelva al poder. El nuevo ministro habla de “mecenazgo de empresa”.

Los profesionales, porque tienen la impresión de haber caído en una trampa, descubren una cruel realidad: que la subvención es un acto

---

<sup>14</sup> La ley de precio único es un dispositivo extremadamente simple que consiste en que sólo se puede rebajar en un 5% el precio fijado por el editor. Quiere decir que actualmente en Francia un pequeño librero y un supermercado venden los libros al mismo precio; esto permitió mantener las pequeñas librerías, que hoy sobreviven en gran cantidad. Por el contrario, el disco no tuvo ese beneficio, y los que venden discos desaparecieron. Existen entre 150 y 200 vendedores de discos independientes en Francia, es decir casi nadie; todo el mercado está cubierto por los supermercados y las grandes redes de distribución.

## *Economía de la Cultura*

político, es decir que la subvención puede ser independiente de la gestión<sup>15</sup>. Como con el retorno de la derecha había un poco menos de dinero, se les dice a las empresas culturales: “Véndanse, véndanse mejor, véndanse más”.

Por otro lado, el rol creciente de las colectividades territoriales para la financiación es un corolario de la disminución del poder del Ministerio de Cultura que, aun cuando aumente sus recursos, siempre tiene a cargo las grandes instituciones nacionales, que se han incrementado en esos años, y con presupuestos colosales. El único financiador de las instituciones nacionales es el Ministerio de Cultura y por eso entonces la mayor parte del presupuesto se absorbe en el territorio de París. Por supuesto, es un efecto mecánico; no es la expresión de una voluntad política: la herencia histórica hace que una vez que todas estas instituciones reciben la subvención, a pesar del aumento del presupuesto, queda muy poco para todo el resto del territorio.

Así, el Ministerio de Cultura cada vez está menos presente en la vida cultural. Con excepción de las grandes instituciones la vida cultural francesa está financiada por las ciudades. Ya no estamos en el esquema un poco simplista del Estado central que dispensa los medios. Los profesionales toman conciencia de que deben inscribirse en un marco de socios múltiples lo que implica multiplicación de legajos, de trámites con un poder que no tiene los mismos objetivos, y por lo tanto tampoco las mismas exigencias ni los mismos criterios de apreciación.

Con este sentimiento, se va a oír cada vez menos celebrar la unión entre economía y cultura sino por el contrario, son más numerosos quienes denuncian procedimientos complejos y papelerío con poca democracia.

---

<sup>15</sup> Gente que se administraba muy bien vio que se le suprimían o se le reducían subvenciones por razones diversas, y gente que se administraba muy mal, que tenía déficit acumulado de todas maneras seguía teniendo subvenciones crecientes. La subvención no tiene nada que ver con los datos económicos, no es un dato económico.

## **Un sector cultural en crisis**

Desde mediados de los años '90 y hasta ahora no hubo recortes presupuestarios importantes; desde hace diez años está más o menos al mismo nivel, frente a la década anterior donde se había acostumbrado a incrementarlo y a situar el área como prioridad gubernamental. Lo que reclama este sector cultural actualmente es más dinero que antes: hay nuevas necesidades y el público no ha acudido masivamente a las instituciones, que siguen siendo tan frágiles como lo fueron. Pero las retenciones obligatorias en la economía y el imperativo para reducir el déficit presupuestario a causa de la Unión Europea permiten anticipar que las subvenciones no van a poder alimentar con la misma constancia y fuerza a este sector. El sector subvencionado no es el único que tiene problemas económicos importantes: las industrias culturales actualmente están confrontadas a una gran crisis estructural de mutación que se precipita por la evolución de las tecnologías digitales; si el disco actualmente es el sector más afectado, el cine y la edición en Francia sin duda tendrán cambios profundos en un futuro próximo.

Aunque la cultura todavía no fue sacrificada, las políticas voluntaristas y fuertes pertenecen al pasado. Se trata simplemente de una constatación que se puede deplorar, pero es así y tanto más por el retorno de valores liberales que cuestionan radicalmente al Estado providencial de los años '50 a '70. Las críticas de los liberales son conocidas, particularmente virulentas cuando se refieren a los poderes públicos: burocracia, ineficacia, improductividad, dirigismo, etc. Y las conclusiones son: vuelta al mecanismo del mercado, competencia y sistemas de control estrictos, medidas técnicas de privatización. Aparecen entonces múltiples interrogantes ya que el sector parece no poder sobrevivir sin subvenciones y está instalada la lógica del servicio público. No es asombroso entonces que los que conciben políticas culturales, en Francia y en todos los países, estén desorientados y busquen nuevas herramientas, nuevos modos de intervención.

## *Economía de la Cultura*

Se generalizan las preocupaciones por la eficacia, la gestión y la obligación de los resultados. Entonces, ¿El consenso forjado en los años '80 por Jack Lang todavía es tangible? ¿Resiste al análisis económico?

Se presenta entonces la cuestión de la legitimidad.

### **Una legitimidad frágil desde el punto de vista económico**

En su importante estudio Baumol y Bowen se apoyan en el postulado de la improductividad, un punto de partida que no valoriza el sector cultural: no hay necesidad de ser economista para entender que vale más ser conocido como productivo que como improductivo.

En las últimas conclusiones, su modelo de crecimiento desigual califica las actividades arcaicas —entre las cuales están las culturales— como un freno al crecimiento. Lo menos que se puede decir es que esto no constituye un alegato por la ayuda pública. Hay una paradoja entonces: el planteo de Baumol y Bowen indudablemente es la piedra fundadora de la economía de la cultura, pero es menos positivo finalmente que lo que muchos creen porque da tantos argumentos en contra como a favor de la intervención pública. Además este modelo es discutible desde varios puntos de vista:

Sin entrar en los detalles, por ejemplo los costos tomados en consideración se reducen a los de los salarios solamente; entonces el desarrollo del sector se debería apoyar en técnicas que abaraten el trabajo. No obstante, muchos estudios demuestran que en algunos períodos los costos no salariales de las actividades culturales son responsables del crecimiento de las cuentas más que los salarios.

El modelo presenta como secundaria la hipótesis según la cual el consumo de los hogares depende de bienes y servicios producidos por el sector arcaico. Ese hecho, empero, es fundamental ya que determina el famoso déficit estructural y la tendencia a la desaparición del sector arcaico. Los precios de los productos del sector arcaico evolucionan al mismo ritmo que el poder adquisitivo de los consumidores. Los precios de los productos del sector progresivo son estables, así que ante el beneficio del aumento de

## *Economía de la Cultura*

salario la disminución del consumo de bienes arcaicos no es una fatalidad.

Por otra parte, muchas actividades económicas arcaicas sobreviven sin ser públicas y se registra un aumento de dichos sectores culturales en los hogares. El análisis de Baumol y Bowen no puede explicar todos los resortes económicos que presenta la vida cultural. Su defecto es sobre todo ubicar el problema en el plano de la oferta y de la naturaleza del producto, cuando la clave reside en la elasticidad de la demanda.

Es como si se abordara el problema desde el revés: el análisis de crecimiento desigual es más que nada la constatación de una tendencia histórica, del desequilibrio creciente entre oferta y demanda en el mercado. Al final de su libro ambos plantean muy claramente que, para el sentido común, no hay lugar al derecho a una subvención aunque el déficit sea estructural. Así, la investigación sobre la legitimidad debe hacerse fuera de la esfera cuantitativa.

De hecho estos autores –que quieren abogar por la legitimación– en su alegato usan como argumento la democratización de las artes para la educación de las jóvenes generaciones, se apoyan en la idea de que el arte es algo bueno, a lo que todos aspiran naturalmente. Entonces las razones a favor de la intervención de los poderes públicos se buscan afuera de la economía. Como ellos consideran al espectáculo en vivo como cercano a los poderes públicos, como un bien semipúblico, ésta es una cuestión de economía pública. La mayor parte de los productos culturales no responden a la definición técnica de bien público, por lo tanto es necesario para esta perspectiva atender las llamadas “externalidades”, los efectos externos que son el argumento que hay que ubicar en primer lugar para legitimar la intervención del sector público (el mismo argumento que se utiliza para justificar la intervención pública en las área de educación o de salud).

Según la idea simple que pretende que todo el mundo gana en una sociedad más instruida y con mejor salud (tenemos ganas de agregar: y por qué no más culta) el paso es fácil de dar; queda por saber cuál

## *Economía de la Cultura*

es la influencia real de las artes y de la cultura en el entorno social y económico. La cultura participa de la economía local, pero es también la constitución del lazo social, es el suplemento de alma.

Es cierto que las artes pueden contribuir a dar una imagen de marca – pueden jugar por ejemplo un rol atractivo para las empresas que tratan de imponerse–, pero aun si todo esto es una realidad indiscutible los economistas tienen mucha dificultad para identificar todos estos efectos, les resulta complicado mostrar que un proyecto cultural tiene un impacto económico superior a un proyecto no cultural, que naturalmente va a tener una vocación sólo económica. Entonces llegamos a que la intervención pública se legitima en nombre de algo bueno que debe ser compartido universalmente, para el bien de todos.

Esto implica una concepción sociopolítica en que el Estado es el guardián del interés general<sup>16</sup>. Esta visión de las cosas lleva a considerar que el Estado está por definición más informado, es más racional y por lo tanto tiene legítimamente el derecho y el deber de tomar bajo su tutela algunas producciones. La responsabilidad de los poderes públicos se puede legitimar sólo en función de interés colectivo, una visión del mundo que los economistas lamentablemente son poco capaces de apuntalar de manera sólida.

### **La cuestión del público: La democratización puesta en duda**

Llegamos a la cuestión de la democratización. Las cifras en el área son bastante poco piadosas en Francia: para la población de menos de 15 años, por ejemplo, más del 70% declara no haber ido nunca en su vida a un concierto de música.

Más del 80% nunca fue a una representación lírica, más de dos tercios a espectáculos de danza, la mitad a espectáculos de teatro, un

---

<sup>16</sup> Obviamente el concepto de interés general es muy amplio, por lo que se va a cuestionar cuál es la capacidad del Estado para proveer cierto tipo de bienes cuya naturaleza es tal que los agentes económicos no tienen conciencia de su importancia –particularmente de la de los efectos externos–.

## *Economía de la Cultura*

cuarto declara no haber ido nunca a un museo en su vida, el 30% nunca puso en su vida los pies en un monumento histórico. En términos de frecuencia los conciertos de música clásica conciernen<sup>17</sup> a menos del 10% de la población francesa, el arte lírico al 2% o 3%, el teatro más o menos al 15%. La asiduidad a la totalidad de instituciones culturales en Francia es del 10% de la población y no más que esto. Representan por sí solos más de la mitad de las entradas a las salas de espectáculos y museos. Es decir, que el 10% de los hogares ya no gasta en cultura, y los que lo hacen acumulan el 50% del conjunto de los gastos en cultura de los hogares: hay una concentración de los gastos así como hay una concentración de la asiduidad. Frente a esta constatación la cultura es muy cara para muchos consumidores, particularmente para los jóvenes y a menudo se la presenta como un problema general de la democratización.

Así, en los últimos años se tomaron muchas iniciativas en materia de tarifas, iniciativas tomadas por el Estado o las colectividades territoriales. Estas iniciativas representan un abanico muy amplio, que va de la gratuidad o la gran promoción de precios hasta el pago normal de entradas.

Hay una nueva paradoja, porque actualmente se pone el acento en lo público, se dice que la cultura es cara, los políticos imponen operaciones de gratuidad, precio reducido, etc., pero al mismo tiempo el discurso de la gestión exige a las instituciones culturales cada vez más ganancias. Por una parte se les dice “traigan nuevo público, si es necesario en forma gratuita” y por otra parte “ganen más dinero”.

A través del análisis económico del comportamiento de consumidores –que moviliza perspectivas como la nueva teoría del consumidor de Lancaster o Becker– se pueden comprender mejor los productos culturales.

---

<sup>17</sup> Este término indica que las personas asisten al menos una vez por año. “Asiduidad” por su parte implica que se asiste al menos tres veces en el año.

## *Economía de la Cultura*

El producto cultural tiene propiedades determinantes para el comportamiento del consumidor. Se lo puede definir como un “producto espejo”. La percepción del consumidor es subjetiva, es una percepción compleja cuya apreciación sólo se puede hacer en relación con la experiencia personal, con un proceso de aprendizaje y acumulación que determina el gusto por el producto cultural.

Su comportamiento no se aleja del consumidor de productos triviales, es muy receptivo a las etiquetas que genera el *star system*, que existe en el sector cultural desde siempre. Eso lo hace sensible a las influencias del medio ambiente, como la predilección por los consejos de amigos, el boca a boca, el proselitismo. Es la experiencia personal lo que diferencia fundamentalmente las estrategias de consumo. Mientras el neófito construye su función de utilidad alrededor de la búsqueda hedonista de la ocupación del tiempo libre, de pasar un buen momento al mismo tiempo que se lleva algo por el dinero que pagó —y eso no es condenable en ningún sentido—, el experto, el apasionado, va a privilegiar el afinamiento permanente de su capacidad. Es decir, para el experto es una inversión en capital humano.

Esto permite comprender bien la estructuración de los públicos: desde el público de expertos, que es el centro muy minoritario de los públicos, pasando por el público asiduo regular, hasta el no público, los que no forman parte. Todo esto remite fuertemente a los procesos de aprendizaje, a los ciclos de vida de los individuos, las vivencias.

Dicho de otra forma, en relación con las cuestiones de público las instituciones culturales no pueden hacer mucho, la democratización por lo tanto es una utopía (pero hay que pelear por las utopías); más que de democratización habría que hablar de ampliación. Esto sí pueden hacerlo las instituciones, luchando, movilizando medios.

Es cierto que las estadísticas muestran muy bien que la ampliación de los públicos de la cultura se hace siempre maquinaalmente: se ganan nuevos públicos que finalmente se parecen extrañamente al último público que ya habíamos tenido.

Hay que seguir luchando.

## **Un sistema inflacionista**

En aquel período de euforia, como hubo más dinero se hicieron más cosas. El sistema cultural francés entró fuertemente primero en la sobreproducción, es decir la oferta cultural explotó.

Por ejemplo, la cantidad de espectáculos de danzas se multiplicó por cuatro en muy pocos años. También se multiplicó por cuatro el área de las subvenciones.

Pero como se planteó antes, el público no se extiende de manera milagrosa: entonces es cada vez más difícil llenar la sala (cada vez hay más espectáculos pero el público no aumenta). Por otro lado aparecen dos opciones –que no se excluyen–: o se produce más o se produce más caro.

Efectivamente, hubo también un aumento del costo de producción en el sector cultural en estos años, con una consecuencia que podríamos llamar la “sobrecalidad”, es decir la búsqueda de calidad cada vez más sutil, invisible para el público general pero apreciada por los maestros y los expertos. El problema es que este sistema evidentemente es inflacionista por naturaleza: exige siempre más dinero.

Actualmente el margen de maniobra se agotó.

Las estructuras culturales se ven condenadas o a aumentar los recursos propios –lo que nos lleva al problema del público–, o a rechazar programas artísticos para no verse obligadas a revisar las estructuras mismas. Vivimos en esta dinámica de multiplicación de obras pero con menos dinero. En un primer tiempo se trata de encontrar dinero; ahora se empiezan a reducir las remuneraciones de los artistas y de los técnicos.

Esa situación bastante problemática se vio particularmente en el conflicto de los intermitentes del espectáculo. Los intermitentes del espectáculo son los artistas y los técnicos del espectáculo y del audiovisual que tienen un régimen de subvención por desocupación bastante ventajoso en relación con los otros trabajadores.

La cantidad de intermitentes se multiplicó por dos pero al mismo tiempo el ingreso total percibido por estos intermitentes se dividió por dos. Trataron de hacer menos generoso el sistema de intermitencias; esto generó movimientos considerables: huelgas, manifestaciones, y la anulación de muchos festivales. Éste es el primer incendio, que sin duda prefigura muchos otros.

El Ministerio de Cultura ya no está adaptado a la realidad. En el '59 se vio que era el heredero de cinco siglos de historia, y continuó su acción de administración de las grandes instituciones nacionales; pero actualmente es minoritario en todas partes, perdió en gran parte su legitimidad con respecto a las colectividades territoriales, que aportan el dinero. Es un ministerio que ya no corresponde al paisaje francés, pero evidentemente es una administración particularmente cruel. Va a ser dolorosa la adaptación, y será una vuelta atrás sin duda: el período de Jack Lang habrá sido de alguna manera el tramo final del fuego de artificio, habrá tenido el mérito de permitir crear a una cantidad increíble de artistas. Hoy evidentemente el país ya no puede asumir esa orientación porque es cierto que la situación en Francia no es extraordinaria, la crisis económica es dura, hay muchos desocupados. Actualmente los políticos tienen la sensación, cuando hacen el balance, de que ya dieron suficiente. No ha habido público a la altura del dinero que se dio. Y las políticas son sensibles al público: el público son los electores. Estamos cerca de una mutación profunda de políticas culturales en beneficio de las políticas territoriales. Para concluir diría entonces que la cuestión de la cultura en Francia es fundamentalmente la explosión de los años 80. En el plano académico hubo algo de desarrollo, pero en las universidades francesas la economía de la cultura es un tema marginal (es el caso también de EE.UU.; no piensen que allí hay cantidad de economistas interesados en la cultura). Por el contrario lo que se desarrolló en lo cultural es lo que corresponde a las formaciones en materia de gestión, de *management*. El primer diploma –lo que en Francia es equivalente a una maestría– se creó en el '95.

Ahora hay varias decenas, más o menos especializados, algunos en el área de patrimonio, otros en espectáculos, otros generales. Hay una

paleta de formación actualmente en Francia –sin duda excesiva con respecto a la evolución del sector cultural y en términos de capacidades para los diplomados–, que en el ámbito universitario lo que tiene de significativo es la demanda enorme, colosal de los estudiantes.

## **Diálogo con el público**

### **1. Quisiera saber cómo es la educación musical en el ámbito estatal en su país.**

La educación musical en Francia está organizada según un esquema de pirámide. Se empieza en una escuela. Si se tiene condiciones se pasa al Conservatorio Nacional de la región. Y después, la elite asiste al Conservatorio Nacional Superior. Hay diferentes estratos de escuelas de música, con distintos niveles. A cada nivel corresponde una financiación del Estado para el primer estrato, después ya no hay más financiación. Por el contrario hay un reconocimiento muy reglamentado, muy encuadrado, en cuanto a programas y formación de los profesores.

Con excepción de la punta de la pirámide en que el Estado paga el 100%, son las ciudades las que financian casi íntegramente.

### **2. Si el Ministerio de Cultura francés ha tomado la retirada en relación a otras épocas por la injerencia de las comunas o las localidades regionales. ¿No sería lo mejor trasladar esa captación cultural a un Ministerio de Educación y sensibilizar a los estudiantes de primaria, secundaria y hasta universitaria en cuestiones del arte?**

Venimos de ahí: después del '59 el Ministerio de Cultura se creó ante todo a partir de porciones distribuidas en diferentes ministerios, y evidentemente la mayor estaba en la educación nacional.

A esta situación nadie quiere volver actualmente, esto está claro, simplemente porque la educación nacional es un monstruo gigantesco muy pesado, muy burocrático, y la cultura con respecto a

## *Economía de la Cultura*

la educación es muy pequeña, la estructura estaría en los jirones de la educación nacional. Sería volver atrás pero de una manera terrible. Hay un pequeño ejemplo: en los dos últimos años de Jack Lang como ministro de Cultura fue además ministro de Educación nacional. Tenía dos funciones, y los dos ministerios permanecieron totalmente independientes. Se vio que Lang fue ministro de Cultura un día por semana; era inevitable. Desde ese punto de vista la respuesta está clara: nadie quiere volver a esa situación.

Respecto de la educación y la iniciación artística en la escuela, Lang volvió una vez más a la educación nacional –ya sólo como ministro de Educación–, y emprendió una gran obra, una acción fuerte en dinero para favorecer dicha iniciación. Creo que es una cuestión de convicción, de voluntad política: no hay necesidad de volver a unir las dos entidades administrativas, eso sería un gran error. No olvidemos una cosa: la escuela no es más que un lugar de la educación de los chicos. El primer lugar de la educación de los chicos debería ser la familia y la escuela nunca van a poder reemplazar la carencia de los padres. Dicho de otra forma: hay que invertir –yo soy partidario de toda acción en esta área–, pero esto no es suficiente. Hay que seguir el trabajo –muy difícil, es trabajo de hormiga– para sensibilizar no sólo a los chicos sino a los padres. Y éste es el trabajo de las instituciones culturales, porque la transmisión de una herencia en materias de prácticas culturales es un proceso muy fuerte.

### **3. ¿Cómo trabaja Francia con respecto a la influencia de los procesos de integración regional, específicamente de la Unión Europea? ¿En forma coordinada con las otras naciones, o en el ámbito cultural mantiene políticas independientes?**

La interacción en cultura no depende de los Estados en el ámbito regional. Para los Estados los grandes temas son las negociaciones internacionales del comercio. Es una cuestión de la OMC. La cuestión de la diversidad cultural es el último avatar de la posición que había defendido hace diez años Francia en el momento de las negociaciones del GATT, las negociaciones internacionales en comercio.

En aquel momento lo llamábamos “la excepción cultural”. Francia evidentemente es en especial activa para preservar las políticas nacionales y preservar entonces el área cultural –particularmente las industrias culturales– frente a la liberalización de los intercambios.

Estimamos que las industrias culturales son no sólo apuestas económicas, desafíos económicos, sino ante todo –e insisto: ante todo– son un desafío identitario cultural mayor. Europa se hace en el nivel de las regiones, y muchas regiones francesas trabajan con sus homólogos más allá de la frontera.

Hay cooperaciones desde hace muchos años entre Francia, Italia y España, entre Francia y Bélgica, entre Francia y Alemania, y entonces las regiones de frontera trabajan directamente con las regiones homólogas.

**4. Usted comentaba que la vida cultural francesa está financiada por las ciudades. ¿Cómo se conjugan las políticas del gobierno de París con las políticas a escala nacional, o mejor dicho con su ausencia, ya que están abocadas o restringidas a instituciones de la cultura nacional?**

La ciudad de París evidentemente es una ciudad rica, consagra una parte de su presupuesto a la cultura como todas las grandes ciudades francesas. En Francia las ciudades de más de 10 mil habitantes dedican a la cultura en promedio 9% de su presupuesto. Es un promedio, por supuesto hay fuertes disparidades y muchas grandes ciudades dedican el 20% y hasta casi el 30% del presupuesto a la cultura si tienen varios museos.

Con un gran museo y si hay un teatro lírico, ahí están condenados a más de 20% de presupuesto: es mecánico, es aritmético. Por lo tanto la ciudad de París no es una excepción, no es particularmente generosa con la cultura. Yo no tengo la cifra; es más o menos un 10% o 12% del presupuesto lo dedicado a cultura (pero evidentemente el presupuesto de París es mucho dinero).

Este 10% es independiente del presupuesto del Estado, por naturaleza es independiente porque la ciudad de París siempre se vio beneficiada por la presencia en su territorio de las grandes

## *Economía de la Cultura*

instituciones nacionales que financia el Estado al 100%. Entonces es particularmente feliz tener todas estas instituciones sin gastar un centavo; cada vez que hay un proyecto de grandes instituciones la ciudad de París da el terreno, no hay que pagar para que el Estado construya su institución. Al mismo tiempo dedica su presupuesto a mantener sus propias instituciones. La ciudad de París tiene el beneficio de la independencia total respecto del Estado. Pero las relaciones entre el ministro de Cultura y la ciudad de París no siempre son excelentes, hay que reconocerlo. Depende mucho del color político de la alcaldía.

## ***El peso de lo intangible***

**Octavio Getino** – Observatorio Cultural de la Ciudad de Buenos Aires

Me parece muy interesante e importante este encuentro porque –a lo mejor me falta información– debe ser el primero que se realiza en un ámbito específico de la economía, para tratar temas aparentemente ajenos a la economía, como son los de la cultura. Creo que el mérito principal es que se comienza a instalar en el país una relación, un debate, un diálogo que en otros países, no en muchos, ya ha comenzado hace algún tiempo. Aquí aún se producen muchas fisuras entre ambos campos de trabajo y actividad. Voy a enfocar mi exposición sobre tres temas principales:

- la cultura y la economía
- las industrias culturales
- los observatorios y el registro y procesamiento de información, estudios e investigaciones relacionados con industrias culturales

Sobre estos tres temas mi enfoque más que teórico académico es eminentemente político. Vale decir, me interesan el conocimiento, los datos, la información, cuando tienen un sentido de aplicación completa para introducir cambios que mejoren la situación que se está tratando.

Oscar Varsavsky, un famoso científico nuestro, escribió hace casi treinta años, que no se trata de construir ladrillos y ponerlos en determinados lugares, aunque estos ladrillos sean muy bellos, muy hermosos en sí mismos, sino qué sentido les damos a estos ladrillos para que puedan de alguna manera servir a la construcción de una vivienda, un espacio que nos cobije.

Estamos hablando entonces inicialmente del tema de la cultura, de economía de la cultura: un asunto que nos desafiaba. Ayer escuchaba la importante exposición de Lluís Bonet, que un poco eludía el problema de definir el concepto de cultura porque evidentemente supondría horas y horas de discusión. Pero si estamos tratando de acceder al campo académico de la reflexión teórica, y queremos entrar en el terreno de aplicar políticas o gestionar acciones en esta área tenemos que definir algo.

¿Qué es cultura?, o ¿qué es el espacio de la cultura?<sup>18</sup>

Dar una respuesta a esto me parece que es imprescindible si se quiere operar y gestionar en el campo de la cultura. Pero no como una respuesta filosófica, teórica, abstracta, sino una respuesta operativa –perfectible, que pueda ser modificada con el tiempo–, que constituya una herramienta que nos permita investigar, estudiar, determinar cierto tipo de acción sobre un campo que opcionalmente hemos elegido. Esto me parece fundamental. Fíjense que cuando hablamos de cultura, si quisiésemos hacer una definición antropológica holística diríamos: “la cultura es todo lo que produce el hombre en su relación con los otros hombres, con la naturaleza, con los dioses y consigo mismo”, vale decir que es todo lo que hace el hombre en su relación con su contexto. Pero si queremos aplicar políticas para todo ello aparecerán problemas.

Evidentemente la humanidad ha establecido distintos campos: la agricultura tiene un campo específico que se ocupa de todo lo propio

---

<sup>18</sup> Recuerdo que cuando estábamos haciendo, hace tres años, un estudio sobre el impacto económico de las industrias culturales en la economía, la sociedad y la integración del Mercosur, nos tocó ir al Ministerio de Economía y hablamos con excelentes funcionarios del sistema de cuentas nacionales. Ellos estaban terminando un estudio sobre la creación de una de sus cuentas satélites de salud y comenzaban a hacer una sobre el turismo; y la propuesta nuestra era entrar a trabajar el tema de la cultura como cuenta satélite que tiene que estar incorporada en las cuentas nacionales, también de economía. Y el funcionario nos habló de la importancia que esto tenía, pero al mismo tiempo reconoció que hasta ese momento nadie había ido a decirle nunca qué es cultura.

## *Economía de la Cultura*

de ese espacio, igual que lo tiene la educación, igual que lo tiene salud y otro tipo de actividades. Las políticas de Estado operan sobre cada uno de estos sectores en términos propios, delimitados, y no sería adecuado que un Ministerio de Cultura se ocupe de esa totalidad porque evidentemente entraría en contradicción con los otros sectores que están operando. Nosotros creemos conveniente delimitar un campo de la cultura. Y el concepto mismo resulta bastante nuevo: piensen que en las constituciones de América Latina el concepto “cultura” recién aparece en las últimas dos décadas.

Antes la palabra “cultura” no existía, salvo en la constitución de Querétaro de México, de 1917, porque se había hecho una revolución. En el resto de América Latina no se habían hecho revoluciones de esa dimensión y carácter, y la cultura no figuraba; figuraban las artes. La cultura estaba asociada al patrimonio artístico de las elites, al monumentalismo, a llevar a la gente, a la sociedad, a los pueblos –sobre todo a los que menos cultura tenían– a ilustrarse en las exposiciones de artes plásticas, en los museos, en los archivos, en los grandes teatros, en esos grandes edificios que crecieron con la burguesía en Europa y por proyección se presentaron en nuestros países. A la cultura había que acceder; el que no podía hacerlo evidentemente era inculto, o tenía una cultura baja o, se podría decir también, formaba parte de la cultura popular, no de la cultura grande. Pero incluso en los países desarrollados –tengo entendido que en Francia misma– el Ministerio de Cultura no nace como tal sino como Ministerio de las Artes, y luego va transformándose. Y en su relación con la economía sucede algo parecido: los clásicos teóricos de la economía del siglo XIX –y también los pocos que hay en el siglo XVIII– conciben la cultura, en tanto artes, como una actividad eminentemente improductiva, de disfrute, de ocupación del tiempo de ocio.

Esto ocurre casi hasta principios del siglo XX: economistas ilustres no advierten la dimensión económica de la cultura ni la incidencia que la cultura tiene también en los procesos de desarrollo social y económico de cada comunidad.

## *Economía de la Cultura*

Sobre esto Lluís Bonet expuso algunas consideraciones, pero creo que es bueno tenerlo en cuenta porque estamos hablando de un tema relativamente nuevo, y como todo lo nuevo está sujeto a cierta provisionalidad, cierto debate, cierta discusión. Nadie tiene la precisión absoluta de cuestiones que hacen a la base de estas relaciones entre economía y cultura, pero creo que hay que arriesgar hipótesis de trabajo, líneas de investigación y estudio, para poder operar en una concurrencia mayor entre estos dos campos que convergen evidentemente desde siempre, a fin de que esa convergencia sirva para el desarrollo tanto de la cultura y la identidad de cada comunidad como del empleo, las inversiones y todo lo específico de la economía.

Los primeros estudios en relación con este tema en el siglo XX son posteriores a la segunda guerra mundial. Se desarrollan en la década del '60 en Estados Unidos –particularmente respecto de las artes escénicas– y casi simultáneamente en Europa, y están referidos a la incidencia de ciertas expresiones de las artes y de la cultura. En Alemania se hicieron estudios para justificar las subvenciones del Estado en la filarmónica, en el teatro, en el museo, en las bibliotecas. Se comenzaron a realizar análisis que verificasen de qué manera economía y cultura funcionaban simultáneamente y cómo se podía justificar en ese sentido la inversión, los subsidios o las subvenciones del Estado. Dentro de estos estudios aparecían las primeras reflexiones sobre el impacto que tenía la cultura sobre la economía. Ese impacto se solía dividir en tres tipos:

- **El impacto directo:** se estudia cuánto desembolsa el Estado en sueldos y servicios para poner en marcha una determinada actividad. Imagínense un festival de teatro en una ciudad determinada: hay un efecto directo donde el Estado tiene que pagar al personal que se va a ocupar de ese festival y al mismo tiempo tiene que pagar todos los servicios colaterales o funcionales sobre los cuales va a trabajar el festival mismo.
- **El impacto indirecto:** de qué manera todo este dinero que el Estado brinda a la sociedad o a los que trabajan en esto, en

## *Economía de la Cultura*

sueldos y servicios, cómo esta plata revierte sobre la propia economía de la sociedad. Es decir, de qué manera quien trabaja en esto invierte en transporte, vestuario, alimentación o servicios, qué utilidad tiene y en qué medida puede llegar a servir para reinvertir en tecnología, en equipamiento, en nuevas iniciativas por parte de las empresas.

- **El impacto inducido:** está relacionado con todo aquello a lo cual induce el evento mismo (atrae gente distinta, que es la que va a hacer el evento con todo lo que esto representa en equipos, en personal, y también que moviliza al espectador, al público a concurrir y a pagar entradas).

De la comparación y del cruce de estas tres informaciones se deducía aquello que revertía en beneficio de la comunidad en términos económicos y aquello que volvía al Estado mismo: en qué medida el Estado también se beneficiaba con impuestos, tasas, gravámenes, de tal manera que ya no era una subvención a fondo perdido sino que se trataba de demostrar que el Estado que subvencionaba esto también tenía una serie de beneficios. Y por otro lado la sociedad o parte de ella, la que participaba de estos eventos, de alguna manera también tenía una dinámica económica de empleo, una dinámica social, que tenía que ser puesta en valor y explicada en términos más o menos objetivos y científicos. Dentro de este campo de análisis aparece también la delimitación de los distintos sectores de la cultura, y en tren de comprender el fenómeno cultural sobre el cual queremos trabajar estamos hablando de la cultura, aunque sea esquemáticamente, en tres espacios muy diferenciados pero al mismo tiempo interrelacionados por las inercias que tienen entre sí:

- **Las actividades culturales,** que están determinadas o iniciadas por la propia sociedad, por las organizaciones sociales, por las ONGs, por la gente, por los individuos, por iniciativa propia, que no buscan una rentabilidad económica y tampoco subsidios o subvenciones –por lo menos no lo hacen inicialmente–.

Si observamos la ciudad misma, los grupos musicales de gente joven en diferentes barrios o zonas no están buscando tanto una rentabilidad inicialmente económica, pero forman parte ya del circuito económico: están dedicando horas de trabajo –que habría que valorizar–, están comprando instrumentos musicales. Lo mismo ocurre en el interior del país, cuando en un pueblo una comunidad organiza una fiesta religiosa, una fiesta folclórica: hay inversiones en la decoración, la alimentación, los instrumentos musicales, todo lo que tiene que ver con esa actividad que la propia comunidad emprende sin otra aspiración que la fiesta en sí misma o el homenaje que a través de ella se quiera rendir a determinado santo o determinada imagen religiosa. Si trasladamos esto al campo del entretenimiento y el tiempo de ocio, cuando uno era un poco más joven que ahora había muchos potreros en la Ciudad de Buenos Aires, sobre todo en el gran Buenos Aires. El lujo de uno era que le regalasen la pelota de fútbol nº 5; si no, hacía pelotas de trapo si era necesario. Pero miles y miles de jóvenes dedicaban horas a actividades deportivas que no estaban motivadas por la economía ni el prestigio, de las cuales surgieron los grandes jugadores de fútbol que hicieron parte de la cultura nacional. Y estaban acompañadas de ciertas inversiones: la compra del vestuario para diferenciar de alguna manera un equipo del otro, los botines, la pelota, la actividad comercial que se desarrollaba simultáneamente –la venta de sándwich, gaseosas o lo que fuera–

Parecen cosas minúsculas, no han sido estudiadas en nuestro país y en muy pocas partes se ha hecho, pero si se pudiese empezar a revisar lo que significa esta línea de la cultura que tiene que ver con las actividades culturales, creo que habría datos bastantes relevantes que ayudarían a entender este tipo de cruces entre economía y cultura.

- **Los servicios culturales**, donde participan tanto el sector público como en menor medida el privado y que están destinados a ofrecer simplemente el disfrute de cierto tipo de bienes culturales, no la compra ni la adquisición sino el disfrute de ello.

Un museo es una acumulación de la memoria histórico-cultural y permite a quien concurre disfrutar de ese “karma”, de esa onda que hay entre el espectador y el cuadro, la imagen y todo lo que ella representa. Esto no implica que el espectador se lo lleve: cuando uno concurre al lugar de un patrimonio natural –que tiene que ver de alguna manera con el entorno de la cultura– uno va a disfrutar de la visión, el olfato, la percepción de ese entorno, pero no se lo lleva, no se lleva ni la puesta del sol, ni las aguas que ondulan en el arroyo, en el río o en la laguna, sino que van quedando como recursos intangibles en su memoria. Hacen a su sensibilidad, hacen a sus emociones, hacen a su identidad y a su cultura.

Son servicios, como pueden serlo –y ahí entramos a lo mejor en debate– las artes escénicas. Cuando uno va a ver una obra de teatro no va a un espacio industrial, por más que ese espacio trabaje con medios industrializados. Ahí intervienen industrias, de lo contrario no habría un edificio, un escenario, no habría iluminación, no estarían todos los elementos que conforman un teatro más o menos actual y moderno. Pero uno va y paga por el servicio de sentarse; no se lleva a los actores, no se lleva la obra, salvo en su memoria, en lo que tiene que ver con el crecimiento de su personalidad. Es un servicio que le ofrecen los actores, el director y quienes han instalado ese espacio, para que el espectador disfrute, como parte de su entretenimiento, de su tiempo de ocio y de su desarrollo cultural y creativo.

Lo mismo ocurre con los espectáculos musicales, con las bibliotecas, con los grandes museos. Hay toda un área que el Estado tiene desarrollada en gran medida, tanto a escala nacional como provincial o municipal incluso, y que tampoco se ha estudiado en su dimensión económica y en su incidencia sobre el tiempo libre, sobre el tiempo de ocio<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Yo hablo de tiempo libre, de tiempo de ocio, y debemos aclarar que es un tiempo que nosotros no tenemos. En un país que tiene resueltos económica y socialmente sus problemas hay posibilidades de un disfrute del tiempo de ocio. En nuestro país hay un tiempo de desocupación, un tiempo de desempleo, y lo que la gente quiere es tener menos ocio y más trabajo. En consecuencia es un tema importante, porque también tendría que formar parte de las políticas culturales y tiene que ver mucho con la economía, dado que las empresas y las industrias de la cultura

- **Las industrias culturales** trabajan sobre ese tiempo, sería el tercer campo de la cultura que nos interesa tratar hoy de manera particular. Esto no significa subestimar ni relegar siquiera a un segundo plano esos dos campos anteriores a los que me estaba refiriendo, porque de alguna manera merecen estudios, investigaciones y políticas de Estado, que tiendan a potenciar los tiempos libres, los usos creativos de las prácticas sociales, a fin de hacer de los ciudadanos gente más capacitada para afrontar, desde la racionalidad, la sensibilidad y las emociones, todos los desafíos que representa este tiempo.

¿Qué es esto de las industrias culturales? La UNESCO recién empieza a abordar este concepto hacia los años '60 y '70 – particularmente en los '70– y empieza a establecer algunas primeras definiciones. Definen a las industrias culturales como aquellas orientadas a producir obras y servicios culturales, pero guiadas fundamentalmente por una rentabilidad económica, un criterio que luego la UNESCO corrige porque el debate que se realiza posteriormente en encuentros, en seminarios y en investigaciones y estudios, va enriqueciendo este concepto de industrias culturales. Se advierte que las industrias culturales están guiadas por criterios de rentabilidad en una economía capitalista; además las industrias culturales son producto del capitalismo, pero no sólo del crecimiento del capitalismo en el mundo y la revolución industrial –en parte es cierto–, sino que son productos del desarrollo de la humanidad, y un sector de la humanidad lo dinamiza a ese capitalismo en el siglo XIX o fines del siglo XVIII.

A través de ese tipo de cuestiones aparecen las industrias culturales en el planeta y empiezan a cumplir funciones que están determinadas por los sistemas en los cuales se insertan. Otros sistemas también recurren a las industrias culturales y no

---

tratan de sacar una plusvalía y tratan de aprovechar también el tiempo de ocio – aunque sea de hastío– que tiene la gente un sábado, un domingo que no sabe a dónde ir salvo mirar televisión. Tratan de aprovechar eso para sacar el mayor lucro posible a través de los “chivos” que aparecen en las telenovelas, de la publicidad, de la inducción a ciertos consumos, a ciertas prácticas sociales.

lo hacer por razones económicas o de rentabilidad. En Cuba la producción de libros, la producción de cine, la producción de música, aunque está cada vez más contaminada y más influida por la necesidad de recursos económicos, sigue un criterio de rentabilidad política y social, porque el sistema de ese país privilegia el desarrollo cultural, educativo o político de la población, más que si la editorial del Estado gana dinero o no. México tenía la industria cinematográfica más estatizada del mundo fuera de los países socialistas: todos los grandes estudios, las grandes productoras, las grandes distribuidoras y la principal cadena de cines del país –con 400 salas que tenían el 70% de los ingresos– pertenecían al Estado, hasta que vinieron los años ‘90 y comenzó esta situación que todos conocemos y que también sucedió en nuestro país. El Estado a veces perdía plata en alguna de estas actividades de producción cinematográfica, pero lo compensaba con lo que le daba el circuito de exhibición del mercado y con eso financiaba parte de sus producciones, una cinemateca –un archivo de la memoria cinematográfica y audiovisual mexicana que es a mi modo de ver uno de los ejemplos más interesantes en este campo en América Latina–, y también el centro de capacitación cinematográfica que era el espacio donde se formaban los realizadores de ese país. Vale decir que el Estado a manera de un conglomerado privado manejaba distintas instancias. El criterio era dinamizar y promover bien o mal el desarrollo de lo industrial y cultural.

En consecuencia el criterio de cada una de estas actividades estaba guiado por el resultado final del conjunto. No se producía una película para que deje dinero (si lo daba mejor, porque significaba que había más espectadores), sino el criterio era hacer de todo esto una labor de servicio cultural y de desarrollo de la economía y el empleo dentro de esa comunidad. Las casi mil casas de cultura de México estaban en todos los Estados y en casi todos los municipios del país. De ellas vivían muchos exiliados, sobre todo en el campo musical latinoamericano, ya que encontraron ahí también un espacio de trabajo y al mismo tiempo de intercomunicación con poblaciones que ignoraban mucho de lo que ocurría en la cultura uruguaya, argentina o chilena. En estos países del cono sur –y en países como

## *Economía de la Cultura*

Irak o Irán o Afganistán, regidos por un gobierno teocrático—tampoco creo que la producción cinematográfica y literaria, de las artes visuales o plásticas en que el Estado o el sector privado invierten, esté guiada por razones de rentabilidad o lucro económico, sino que forma parte de las iniciativas y de las políticas hegemónicas en determinado momento de esa sociedad. Entonces el concepto de que las industrias culturales solamente se guían por cuestiones económicas es más propio de nuestro mundo —al que evidentemente le tenemos que prestar atención—.

### **Industrias culturales: el problema de la delimitación**

Nosotros hablamos de industrias culturales, y los americanos hablan de las industrias del entretenimiento: allí entran hasta los juegos y los deportes; entra el cine porque es negocio. Pero no entran las artes: las expresiones de las artes plásticas, las expresiones de las artes musicales, las expresiones de las artes escénicas figuran en lo que tradicionalmente era la alta cultura; ahí es donde el Estado subvenciona. El resto es entretenimiento: el cine es entretenimiento, con el mismo criterio los casinos son entretenimiento. Podrían serlo los sistemas de los prostíbulos, podrían formar parte de esa área; no sé si lo consideran así en sus estadísticas o no. Pero ése es el concepto que los americanos tienen, y es el que están instalando también o queriendo instalar en el resto del mundo.

Y esto se vincula con las relaciones y el debate que hay hoy en día en la Organización Mundial de Comercio, donde se está hablando de libre circulación de bienes y servicios, y ellos consideran que el cine es un entretenimiento, que no tiene nada que ver ni con la identidad ni con la cultura. Consecuencia: hay que dejar espacio libre para la libre competencia y todo lo que sean subvenciones y subsidios tiene que ser eliminado. Todo esto implicaría la desaparición de este tipo de iniciativas y su reemplazo por industrias. Hay quienes están hablando —en Inglaterra y otros países de Europa— de industrias creativas; otros hablan de las industrias *copyright*.

## *Economía de la Cultura*

Como esto es producto en gran medida del campo académico, basta que alguien invente una nueva palabra para definir lo que sea, y parece original o distinto. Ahí se genera toda una línea de trabajo, de *papers*, y hasta se instala en las discusiones del campo académico como un referente. El concepto de industrias culturales viene del campo académico, no viene de los Estados, no viene del sector privado –aunque en la práctica el sector privado lo estaba desarrollando a través de sus propios negocios, de sus propias industrias–.

En los años previos o simultáneos a la Segunda Guerra, lo que era ya la escuela de Frankfurt (ustedes lo habrán estudiado o conocido, con filósofos muy ilustres como Adorno, Benjamin, Horkheimer y otros), empieza a analizar las industrias culturales y las piensa como un elemento demonizador: para este tipo de corriente –que provenía de una visión contraria al capitalismo–, en última instancia todas las industrias del capitalismo servían para reforzar y reproducir ese orden, ese sistema, y las industrias que trabajaban sobre el campo simbólico aplicaban en él los mismos criterios de autoridad, de exclusión social, de masificación que se advertían en las sociedades de consumo que comenzaban a instalarse en ese entonces.

En nuestro país, si uno va al INDEC en este momento y quiere ver las estadísticas de cultura, encuentra cultura y esparcimiento –no entretenimiento–. En esparcimiento aparecen deportes, aparecen juegos y hasta aparece lotería. Y no porque el juego de azar sea una instancia muy importante para la economía, sino porque es la más cómoda: dado que todas las instituciones de lotería tienen que llevar las cifras estadísticas, eso va directamente al INDEC; otro tipo de campo para investigar en el INDEC resultaría mucho más costoso, más complicado. Por eso hay carencias en estos sistemas de información.

En un debate que se hizo hace dos o tres años en una universidad de Nueva York –creo que estaba Lluís Bonet también–, se discutían estas cuestiones y uno hablaba de este sector de la cultura, de las industrias culturales, y había compañeros y colegas que polemizaban fraternalmente. Un investigador latinoamericano muy conocido decía

que no podíamos hablar de industrias culturales sino de determinadas industrias, porque las industrias culturales están en todas partes. Es una especie de réplica de aquello de que la cultura está en todo, entonces las industrias culturales produciendo valores simbólicos están en todo. Y en parte tenía razón, era como esa nueva fotografía donde uno empieza a ver de otro modo algunos sectores de la actividad industrial: El campo de la moda, por ejemplo, es un campo que trabaja mucho sobre los valores simbólicos.

La publicidad induce mucho sobre la marca; dicen que una bebida como la Coca-Cola tiene un 60% de su costo en *copyright*, en derecho de propiedad intelectual sobre la marca. Lo mismo que las zapatillas Nike: estaba leyendo el otro día que el 70% del valor de la zapatilla se paga a la empresa que tiene la marca, una empresa que a lo mejor tiene su sede en Estados Unidos y que no produce zapatillas en Estados Unidos sino en China. Por eso China está exportando mucho y parece que la economía china está en un crecimiento formidable; y no es la economía china sino las grandes extranacionales europeas o norteamericanas –que se instalan en China, que exportan desde China sus propias marcas– las que realmente están en un nivel de crecimiento económico casi sin precedentes. Pero es cierto que muchos de los productos de nuestras actividades cotidianas están muy influenciados por los valores simbólicos, por lo que tienen que ver con el *status*. Antes a lo mejor nos vestíamos de manera parecida, ahora ya hay formas distintas de vestirse: para dos mujeres encontrarse en una reunión con el mismo vestido es un poco problemático. Uno busca la individualización, la diferencia, por una especie de jerarquización o distinción personal que tiene que ver con lo simbólico. Esto se manifiesta en todos los productos. Pensemos en la industria del libro: cuando hace treinta años uno entraba a una librería se encontraba con que los libros tenían una estandarización en su diseño, en su diagramación. Algunos de ustedes habrán visto los libros de historia de Losada, de ediciones Tor.

## *Economía de la Cultura*

Eran libros insoportables para uno que era chico, que alejaban de la lectura: trabajaban con una tipografía muy chica, con papel rústico, económico. Todos los libros eran muy parecidos en lo que era su manufactura y eran libros para consumir nada más con lo relativo a sus contenidos. Hoy en día ya asistimos al desarrollo del libro como objeto. Uno entra a una librería y descubre cómo el diseño gráfico impacta visualmente en el consumidor, de tal manera que si uno mira una mesa de libros y no tiene idea de lo que va a comprar, busca aquel libro que sea más atractivo primero en términos de imagen, a lo fines de luego deducir de qué se trata. Y a veces se compran libros en función de su calidad de objeto, porque son para regalar, son para llevar a la biblioteca personal, son para exhibir, pero no tanto para leer ni para apreciar los contenidos.

En síntesis, todo lo que tiene que ver con los valores simbólicos está presente en todas las industrias. En aquel debate también se decía que hasta la industria de la guerra tiene sus diseños y sus valores simbólicos y si no basta ver todo lo que es propio de la aeronáutica, de las armas, cómo la introducción del diseño, de la percepción del arma incide en la adquisición de los productos aunque no a veces de manera decisiva, pero también está presente.

Es un tema muy difícil porque no tiene salida: si la cultura es todo, no podemos hablar de cultura, no se la puede analizar, está en todas partes, es como Dios y lo mismo pasa con las industrias culturales. Si las industrias culturales están en todas partes, se acabó la antropología de la cultura, la sociología de la cultura, y menos sentido aun tiene hablar de economía de la cultura. Para qué vamos a instalar la teología de la cultura; la teología de las industrias culturales es cuestión de creer o no creer, tener fe o no tener fe. Ésa también es una instancia de reflexión que puede servir al debate académico, porque mucho del debate académico es teológico más que operativo, político y práctico: opera sobre la difusión y elaboración de ideas que sirven a quienes creen en esas ideas, que a su vez las van a reproducir, porque los futuros profesores del campo académico formarán a los alumnos que a su vez van a reproducir ese tipo de ideas. Y terminará todo dentro del campo intelectual que algún sociólogo francés describió muy bien, pero que en nuestro país

lamentablemente, salvo en algunas disciplinas, está bastante desconectado de una operatividad concreta en la realidad, para el cambio, para el mejoramiento, para la transformación que el país se merece. Para no aceptar la teología, entonces, vamos a definir de alguna manera industrias culturales –en términos que pueden ser polémicos o que pueden generar debate y reflexión–: **Las industrias culturales son aquellas que se ocupan de la producción de bienes y servicios destinados específicamente a la circulación de valores simbólicos.**

Así ya delimitamos algunos sectores, que son los que nos interesa estudiar y analizar. Al decir industria dedicada a la producción de bienes y servicios que específicamente se ocupan de los valores simbólicos, ya estamos descartando la industria de la guerra, ya estamos descartando la industria incluso de la moda, y mucho otro tipo de industrias de cultura incluida la agricultura.

Ésta es una primera diferenciación con otras industrias, porque uno cuando compra un producto industrial –por ejemplo este micrófono–, lo hace básicamente por la utilidad que puede brindar –extender la voz más allá de donde puede llegar naturalmente–. El diseño importa también; en los espectáculos musicales el color, el diseño del micrófono tiene algo sensorial también. Pero diríamos que la función específica del micrófono no es la belleza, no es la estética porque si es estético y no funciona evidentemente ese micrófono no sirve. En cambio la función de una manufactura de una industria cultural, no es la manufactura en sí sino los contenidos que ella soporta: el libro es el soporte del contenido, de valores simbólicos. Diferenciamos así el libro de la obra literaria y diferenciamos el disco de la obra musical, diferenciamos la película de la obra cinematográfica. Cuando uno compra el diario, salvo que lo quiera llevar a su casa para envolver verdura o para otros fines, generalmente lo que busca es información. No busca el diario como diario por más que el diseño del diario o el formato del diario influya en la inclinación a comprarlo o no, pero uno busca la información y compra aquel diario que sirve mejor a su fin.

Cuando uno compra un libro, salvo que esté pensando en el libro como regalo, como objeto que nadie va a leer, posiblemente está buscando los contenidos que lo van a entretener o van a servir a su desarrollo técnico, educativo o el que fuere.

En esta dualidad está la complejidad también del análisis: ¿Qué es lo que se valora, la manufactura o los contenidos implícitos? Porque los dos tienen su valor.

Ayer Bonet hablaba de la industria del cine. Fíjense que no todas las industrias son iguales. El precio del libro se fija también por la cantidad de páginas, por el formato, la calidad del papel. Por eso el costo de producción del libro es un dato indicativo del precio que va a tener ese libro reducido el porcentaje que se lleva la distribución y la librería. Han aparecido últimamente unos autores y algunos libros que incorporan como valor agregado la marca, el prestigio y la promoción y eso hace que el precio pueda ser quizás superior al que sería si nos atuviéramos a la relación del editor con la industria gráfica, al costo del libro.

En otras industrias como el cine eso no ocurre así. Cuando uno va al cine paga lo mismo por el servicio de ver una película que puede costar cien mil pesos que por ver una de cien millones de dólares. El costo promedio de una película americana en este momento es de sesenta o setenta millones de dólares, pero hay películas de doscientos millones de dólares. Sin embargo la industria americana vende acá a ocho o diez pesos la entrada, lo mismo que la de un joven realizador cuya película tuvo un presupuesto cien veces menor y tiene que percibir el mismo valor de la entrada. Aquí también hay prácticas de *dumping*.

Diríamos que esta dualidad entre el valor simbólico, el valor de lo intangible, y el valor material de lo tangible es un desafío también para quien esté en el campo de la economía. Observen que en la aduana las películas que entran o los libros que salen no se valoran por la dimensión de sus contenidos, sino por el peso: salen tantos kilos de película y entran tantos kilos de película.

Si esa película deja un millón de dólares o deja cien mil dólares habrá impuestos que se aplican dentro del país, pero en la aduana todo pasa por lo tangible. No hay sistema de medición o de análisis para lo intangible y esta es una carencia y un desafío, porque no es fácil hacerlo. Entonces valoramos a las industrias culturales en última instancia como valoramos la aeronáutica, como valoramos la industria automotriz, que producen instrumentos como en cualquier otra industria para potenciar e incrementar las capacidades propias del hombre. La industria cultural hace lo mismo con la cultura, si la cultura es el alma de un individuo, el alma de una comunidad, de una nación, las industrias son el motor que la dinamiza.

El individuo o la sociedad que no tiene industria que le permita ir más allá de lo que son sus capacidades físicas se ve altamente limitado. El artista y el productor de contenidos tienen otra capacidad física que la de cualquier ser humano, pero cuando una obra plástica encuentra una industria cultural –la industria gráfica– puede ser reproducida y llegar a todo el mundo. Una pieza musical, si queda limitada al artista estaría al alcance de los lugares donde físicamente él está; evidentemente tendría un espacio de recepción limitada. Borges es Borges, Cortázar es Cortázar en América Latina porque las industrias culturales han aprendido a trascender e ir más allá de lo que serían las capacidades físicas. Siglos atrás al escritor que escribía sus manuscritos lo leían él y sus amigos, el pintor dejaba sus cuadros en el museo de algún mecenas, el poeta tenía que caminar por los pueblos haciendo juglaría o cosas parecidas para ser escuchado.

Las industrias culturales son el motor que dinamiza el alma de esos artistas, que estaba limitada en sus capacidades de comunicación con los demás. En consecuencia (más allá de la reflexión crítica que podamos hacer sobre los usos que hacen de estas industrias los países, los sistemas que rigen en los países o quienes dominan las relaciones de propiedad), **las industrias objetivamente forman parte del desarrollo de la humanidad y en el campo de la cultura han ayudado mucho más a los procesos de integración nacional y a los procesos de integración regional que cualquier otra actividad de la cultura.**

Aunque nuestros Ministerios de Relaciones Exteriores suelen hacer exposiciones, muestras de cine, llevar conjuntos teatrales o musicales a otros países –labor muy importante–, lo que más ha ayudado a conocer la Argentina a los mismos argentinos ha sido la radio, ha sido el cine, ha sido luego la televisión que ha trasladados imágenes o sonidos de distintas parte del país y ha permitido recibir elementos simbólicos que estaban en otra parte y que hasta ese momento se ignoraban<sup>20</sup>. Estas industrias tienen que ver con los procesos económicos y de integración regional, porque si un empresario argentino va mañana a negociar con alguien, también va con toda la “aureola” de la imagen del país que está representando, y le van a preguntar ¿Qué pasa con Maradona?

Es decir, hay elementos de la cultura, de la música, del cine o de la literatura, que pesan y tienen una incidencia también hasta en las relaciones políticas y económicas de los países. Frente a todo esto nosotros estamos muy atrasados, porque en el país también hubo en los años ‘60 y ‘70 una resistencia muy grande al tema de las industrias culturales, heredada de todo ese criterio ideologista, del “cripticismo” de la escuela de Frankfurt y de teorías que surgieron en otras partes del mundo, que tenían su razón de ser, que fueron muy valoradas y valorables en su momento y todavía lo siguen siendo, pero el “cripticismo” dominó el campo académico y uno formaba parte de él como estudiante.

---

<sup>20</sup> Cuando empezó el cine mudo en nuestro país, recorriendo distintos escenarios del norte o del sur, traía o desplazaba imágenes que alguien veía por primera vez en su vida y con las que tardaría mucho en confrontarse personalmente, pero advertía lo que era la Antártida o lo que era la Quebrada de Humahuaca, aunque fuesen imágenes mudas. Luego el desplazamiento físico corroboraría ese tipo de impresiones o no, pero las imágenes adelantaban eso, y cuando llegó el sonido más aun. Si Carlos Gardel es un fenómeno mundial en la música del tango, es gracias a la industria del cine, no a la industria del cine nacional, sino a la industria norteamericana del cine, que fue la que se aprovechó cuando llegó el sonido de músicos e intérpretes latinoamericanos para empezar a trabajar en los mercados hispanohablantes. Fueron esas industrias las que permitieron que hoy en día en Cuba se conozca el tango o que el mariachi sea muy popular en Bolivia y en otras partes de América Latina.

Alguno de ustedes recordará cuando leía los libros de Dorfmann y de Mattelart sobre el pato Donald, y se enteraba de que el pato Donald era una manipulación ideológica imperialista. Se analizaba cuadrito por cuadrito cómo estaba hecho el cuadro, cómo estaba dibujado, qué textos había, cómo se vestía la gente, qué color tenía la piel de cada uno de los personajes, y evidentemente se llegaba a algunas conclusiones que tenían cierta razón de ser. Las industrias culturales y los medios de comunicación en ese momento fueron abordados no tanto desde la economía sino desde la sociología. Las preguntas que se hacían acá y en otras partes del mundo –en Estados Unidos sobre todo– eran: ¿qué se consume?, y sobre todo ¿por qué se consume? Las escuelas o facultades de Ciencias Sociales del país aparecen en ese entonces, en el año '60. Están vinculadas con objetivos de propaganda política y publicidad. Propaganda política en función de tratar de determinar el nivel de opinión política de la sociedad –dado que había una revolución en Cuba que tenía influencia sobre América Latina–.

La Alianza para el Progreso, la Fundación Rockefeller, la Fundación Ford y otras invirtieron en las primeras grandes investigaciones sobre el nivel político democrático de la sociedad, que servían –como las grandes academias norteamericanas– por un lado a fines académicos y teóricos, pero por otro lado a dar insumos a los servicios de inteligencia del Departamento de Estado, que tiene en el sector universitario un campo de recursos formidables para conocer no sólo lo que pasa en Estados Unidos sino lo que pasa en el resto del mundo. Entonces esos estudios de opinión desde el campo de la sociología son los que hoy en día fueron creciendo y que luego se fueron mezclando con la publicidad. La publicidad, que en un principio tenía un sistema bastante improvisado y poco profesional, empezó a recurrir a los estudios del consumo a los fines de determinar el tipo de campaña a desarrollar frente a la competencia o frente al lanzamiento de determinado producto. Publicidad y política, fines comerciales y fines políticos e ideológicos coincidieron en el campo de la sociología que se acercó a estos medios no tanto para analizar cuánto (análisis más propio de las estadísticas de economía diríamos), sino qué se consume y por qué se consume.

En esto la sociología y la psicología social tenían elementos y parentescos muy grandes, de tal modo que cuando nosotros empezábamos a hacer los primeros estudios sobre estos temas estábamos altamente condicionados por el análisis de estos dos factores: por un lado la manipulación de los contenidos –para demostrar que esa manipulación se hacía en contra de la identidad y de los derechos y la democracia nacional– y por otro lado las relaciones de propiedad que había dentro de estos sistemas –lo cual nos llevaba a decir que cualquier empresa más o menos mediana acá estaba asociada directa o indirectamente con otra más grande, ésta más grande a su vez con otra internacional y ésta relacionada con hotelería, guerra, aeronáutica–. En consecuencia si uno rastreaba de quién dependía cualquier cosa que apareciese en los medios en general de alguna manera podía invalidar el papel democrático, cultural o nacional de ese fenómeno.

A veces no es que la situación sea muy compleja sino que uno está de alguna manera dificultándose para afrontarla, porque no delimita bien el campo sobre el cual quiere trabajar para transformarla<sup>21</sup>. Es en este sentido que pienso que los estudios que todavía se hacen en algunas partes de América Latina –que tienen razón de ser porque analizan el tema de la concentración de la economía e incluso de las industrias culturales– dominaron y todavía siguen dominando en el campo académico de nuestros países, en el nuestro en particular, y no han dado paso aún a este tipo de eventos y encuentros, que tienen

---

<sup>21</sup> Una anécdota: recuerdo que había un compañero que estaba muy preocupado siempre por qué película realizar en ese momento, y yo le dije: “Cualquier película puede ser buena, la vida de las hormigas es formidable, si te ponés a estudiar y hacer un excelente estudio sobre las hormigas, y lo socializás y le das una dimensión simbólica y poética puede ser una película formidable. Tenés que elegir el tema, sos vos el que tiene que determinar el asunto.” Y él estaba tan en crisis que decía: “No, si yo tengo que investigar la vida de la hormiga tengo que estudiar el problema del terreno donde se mueven las hormigas, por qué la hormiga se mueve en terreno arenoso, terreno húmedo, al meterme en el tema del terreno me meto en el tema de la tierra, si me meto en el tema de la tierra tengo que analizar las relaciones de la propiedad sobre la tierra.” En consecuencia entraba en el campo de la política, y no analizaba la vida de las hormigas.

que ver ya no sólo con qué es lo que vota la gente, por qué vota, qué es lo que compra la gente y por qué lo compra, sino con empezar a obtener y transparentar y hacer confiable la información sobre la evolución de la producción, la facturación, los consumos, la balanza comercial, los derechos de autor y todo aquello que tiene que ver con la economía de la cultura. En nuestro país creo que ya hay antecedentes muy recientes, que son las primeras investigaciones que se hicieron en este terreno y que no fueron iniciadas por el sector privado ni por los autores, creativos o gente del arte y la cultura, sino por fundaciones, por iniciativas –a veces desde el campo académico, a veces no– apoyadas o no por algunos gobiernos que empezaron a tratar las relaciones entre las industrias, las relaciones sinérgicas que hacen que el acuerdo y la articulación entre ellas no sólo sume sino que multiplique. Creo que unas de las primeras experiencias que hicimos fue a fines de los ‘80 cuando en la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano coordinamos un programa de estudio, de investigación sobre relaciones entre cine, televisión y video, en siete países de América Latina, a fin de poder tener respuesta a lo que había que hacer en la política cinematográfica<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> En los años ‘80 la cantidad de salas de cine había caído a la mitad, la cantidad de espectadores había caído a la mitad, la industria cinematográfica nacional estaba totalmente en crisis, requería muchos más recursos, más inversiones por parte del Estado y por lo tanto en ese terreno se planteaban los encuentros. Era todo bastante deprimente porque todo el mundo ponía los datos sobre la mesa: “El cine se terminó, nunca como hoy la gente vio tan poco cine.” Entonces nosotros arriesgamos algunas hipótesis de trabajo, en encuentros que hubo inicialmente en La Habana y después en México, donde decíamos: “Es mentira esto, nunca como hoy se vio tanto cine, lo que pasa es que ya no se ve cine en los circuitos de comercialización tradicional sino en otras pantallas.” Porque la televisión venía de años atrás, y estaba el desarrollo del video que permitía el uso del cine a través de la industria del video de una manera mucho más amplia, masiva y diversificada que las salas de cine, cada vez más concentradas social y territorialmente en determinados espacios, que desaparecen en las periferias, desaparecen en los suburbios y se concentran en las ciudades, en los barrios con mayor poder adquisitivo, y por lo tanto también se concentra socialmente en consumidores. Uno dice “son cuatro veces al año que concurre al cine cada ciudadano de Buenos Aires”, pero ése es el promedio. Lo que ocurre es que hay un sector de la sociedad que concurre mucho más de cuatro veces al cine por año y le da a esto una dimensión de consumo aparentemente grande, cuando en realidad la gente sale de la sala de cine y consume en otros

Ese estudio sobre siete países fue lo que nos permitió empezar a hablar por primera vez en América Latina –casi simultáneamente con Europa– de que el cine en términos económicos ya no podía ser analizado sólo como industria cinematográfica sino en su relaciones con las otras de lo audiovisual. Entonces tenemos que hablar del espacio audiovisual nacional o espacio audiovisual latinoamericano, por extensión. Eso se instaló en la política: la Constitución Nacional introdujo por primera vez en América Latina el concepto de espacio audiovisual nacional, lo que era el Instituto de Cine se convirtió en Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, y los recursos mayores que tiene hoy el fondo de fomento cinematográfico no vienen de las salas de cine, sino primero de la televisión, después de las salas de cine y después del video.

Es decir que estos estudios o investigaciones no quedan limitados al uso de quienes las llevan a cabo sino que van a incidir en

---

lados películas e imágenes en movimiento. Y esto no es un problema sólo del mercado, es un problema también de la producción. Por ejemplo, si yo como productor de audiovisual tengo que trabajar para mercados territorial, social y culturalmente más concentrados, más delimitados, no puedo ya pensar en películas para todos los públicos y para todos los territorios del país sino para esa franja. Esto significa que los contenidos y los valores simbólicos de lo que yo esté produciendo tienen que estar a la altura de la demandas que surgen de este mercado. Y si pienso en exportación tengo que pensar cuáles son los potenciales del mercado. Y si hago películas de autor no puedo pensar en el consumidor de cine de Ecuador, de Bolivia o de Chile, tengo que pensar en el festival de cine donde van los cinéfilos, los críticos, entonces ya no es un cine que trabaja para las grandes masas como lo es el cine hasta los años '40 o '50 sino para espacios más delimitados, y va a terminar siendo un cine para gente de cine. Ése es el desafío que también vive la producción. En consecuencia, si eso se va reduciendo al límite el Estado está obligado a subvencionar cada vez más esta industria porque si no esta industria no produce. Y el desafío no sólo del Estado sino también de los empresarios y productores es que si no advierten o no diseñan contenidos y productos que realmente motiven a otros espectadores, más allá de los que concurren más habitualmente al cine, evidentemente se quedan sin público, se quedan sin mercado. Esto también es un problema de distribución, de control y desarrollo de mercado, y es un problema también de educación audiovisual de la población para que haya un interés mayor por el cine en la sala de cine, y sobre todo por productos diversos que expresen los conflictos y la diversidad cultural de todo el planeta.

## *Economía de la Cultura*

operatividad concreta y transformación de la realidad. La primera investigación sobre la dimensión económica de las industrias culturales en el país, se hizo cuando en el INAP (Instituto Nacional de Administración Pública) comenzó a tratarse el tema para conocer el terreno sobre el cual operar en términos científicos para ayudar a mejorar las políticas públicas del sector. Creo que ése fue el primer estudio que se hizo en América Latina, y que se publicó tres o cuatro años después.

Luego en Uruguay se empezó a desarrollar este tema con Luis Stolovich y Claudio Rama, y paralelamente los amigos y colegas del Convenio Andrés Bello comenzaron a hacer un estudio<sup>23</sup>. Colombia en particular es un país referencial para todo lo que tenga que ver con políticas y legislación cultural; en Chile y Venezuela también se están comenzando a tomar algunas iniciativas en este sentido. En los últimos años fue creciendo el interés de organismos públicos sobre todo –más que del sector privado o el sector social– por conocer la dimensión de este tema. Hasta el Banco Interamericano de Desarrollo, y en menor medida el Banco Mundial, incursionaron y apoyaron estudios de este tipo<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Ver ponencia de Pedro Querejazu

<sup>24</sup> Quizás no tanto por el tema de la cultura en abstracto, sino por la incidencia que la cultura está teniendo en la economía y el empleo en nuestros países a partir de la experiencia mundial, una experiencia mundial que se mide según cifras de la UNESCO:

En el año 2000 representaban todas estas industrias 831 mil millones de dólares en el mundo, y se preveía que para el año próximo 2005 iba a ser de 1,3 billones, y si a eso se suma los estudios que se hacen en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que amplían el campo audiovisual al sector de las telecomunicaciones y la informática, estas industrias habrían movilizadado 2 billones de dólares en el año 2000. Aunque es bueno advertir que en materia de informática y de comunicaciones, igual que en lo audiovisual el gran negocio industrial está concentrado en los países del primer mundo fundamentalmente. El 65% de la población mundial no sabe lo que es el teléfono y nunca accedió al teléfono. La isla de Manhattan tiene más líneas instaladas que toda el África subsahariana. Esto permite analizar el nivel de brechas que se están produciendo también en este campo.

Es decir que para los economistas, los organismos de financiamiento internacional y los organismos nacionales, igual que el turismo a veces aparece como una especie de panacea para atenuar problemas de economía y de empleo, la cultura empieza a aparecer también como un tema importante. Y es necesario investigar y conocer para terminar con todas las prácticas que dominan el campo de la política nacional –para no hablar ya de otras partes–: Si uno analiza en el Congreso de la Nación de qué manera se mueven los legisladores, igual que la Legislatura de la Ciudad o de otras ciudades, descubre que operan ahí fundamentalmente dos líneas de trabajo. Las de los *lobbies* –que son las de las empresas, que evidentemente se mueven por los intereses legítimos del sector y hacen lo que deberían hacer, lo que cualquiera haría en su lugar–, y por otro lado frente a eso el ideologismo –vale decir la gente bien intencionada y que quiere que todo esto cambie y mejore, pero que no tiene el más remoto conocimiento de los datos–. La información está reservada a los *lobbies*, a los grandes conglomerados que son los que pueden pagar a las consultoras, a empresas de este tipo que de alguna manera tienen información, que queda reservada al sector privado y desde ya no trasciende. En ese sentido la información es poder, y si el poder está privatizado y reservado evidentemente hay muchas dificultades para hacerlo público. El sector público advierte esta dificultad y en algunos casos muy meritorios empieza a tratar de resolverlo –pero insisto, no tanto por la iniciativa de otros sectores como de los organismos que representan a la comunidad–.

En otro estudio hecho recientemente –en 2000 y 2001, inédito aún y que seguirá inédito, porque ya han pasado cuatro, cinco años y mucho cambia en la economía– advertíamos que la industria audiovisual y la industria editorial son claves. La industria editorial no es sólo ya la del libro creativo, la del libro educativo –que en nuestro país representa al 60% de la producción de libros, y que por eso cada vez más está siendo penetrada por las editoriales de otras partes del mundo incluida una norteamericana–, y la del libro jurídico, sino también la otra industria editorial, la de las publicaciones periódicas –el diario, las revistas, los folletos–. Sobre esos ejes, el libro y las publicaciones periódicas junto con la industria

audiovisual, y por otro lado la publicidad<sup>25</sup> trabajábamos y a partir de ahí delimitábamos el campo. Claro que en algunos debates nos decían “¿Cómo no incluyen el teatro, que es una industria, y las artes plásticas lo mismo?” Y dijimos “vamos a elegir aquellas industrias que tienen una base de producción sistemática industrial, y no aquellas actividades o servicios que recurren –como toda otra actividad– a bienes o servicios industriales, a tecnologías de trabajo”.

Y agregamos otro paquete de industrias que no son todavía consideradas como industrias culturales en términos directos en la mayor parte de los estudios. Hay industrias directas que son aquellas, pero hay industrias auxiliares sin las cuales no funcionarían las directas. Un televisor sirve nada más que para reproducir valores y contenidos simbólicos; no habría televisión sin televisores, no habría radio sin receptores de radio, pero tampoco sin micrófono, sin antena, sin video casetes, sin cámaras. No habría diarios, no habría libros, sin industria de la celulosa y el papel. Parecen cosas que no tiene nada que ver con la cultura, pero en un análisis económico del sector y de fijar políticas para el sector, todos estos elementos tendrían que ser –digo como hipótesis– considerados, porque tienen que ver con las cadenas de producción y de distribución del producto. Un país puede producir muchos libros, pero depende del sistema de insumos. Si se le corta alguna vez ese sistema evidentemente se queda sin capacidad de producir nada.

En consecuencia un análisis político de la economía de un sector, para tratar líneas directrices que tiendan al desarrollo, implica tener en cuenta las industrias de producción directa, las manufacturas que soportan contenidos o valores simbólicos y también todas aquellas industrias de bienes, servicios y tecnología que son las que permiten la existencia de estas industrias.

---

<sup>25</sup> Elección un poco arbitraria tal vez, pero que servía para analizar de qué manera las inversiones en ese campo alimentaban y de alguna manera condicionaban las políticas editoriales de algunos medios periódicos, pero y también de la radio y la televisión –basta ver hoy en día de qué manera los programas de televisión están filtrados o infiltrados por las campañas publicitarias directas o indirectas–.

Podrá decirse que hay algunas industrias, como la del papel, que además de papel para libros y diarios produce papel para que yo tome nota. Esto es un desafío también porque obliga a desagregar los sistemas de estadística –producción para libros, producción para papelería– y eso exige mucho trabajo. Pero si el que está en cultura no presiona para que eso se haga, evidentemente seguiremos manejando estadísticas como las del INDEC, donde está todo mezclado. Esto no es sólo un problema de economía sino también de política de Estado.

Cuando hablaba de las nuevas tecnologías de información y comunicación, informática y telecomunicaciones, decía que hay que empezar a estudiar y a desagregar qué franjas de actividad económica, de inversiones y de empleo hay en estas industrias dedicadas especialmente a industrias culturales, de aquellas otras que se dedican a otros servicios<sup>26</sup>. El propósito que sí tenemos en el país, con el MERCOSUR, con el convenio Andrés Bello y con América Latina, es consensuar qué campo de trabajo y de estudio vamos a desarrollar de manera conjunta, en qué campo optamos por empezar a trabajar, cuáles son los indicadores básicos con los cuales nos vamos a mover y que todo esto sea compartido, sea homogéneo, para que al comparar cifras se esté hablando de lo mismo. El acuerdo en este tipo de cosas es político-técnico, pero es altamente necesario. Se intentó en su momento precisamente, en una etapa preparatoria de dos meses, concertar con Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile algunos mecanismos de este nivel, como lo están haciendo Colombia y Chile en el convenio Andrés Bello.

---

<sup>26</sup> No es un desafío mayor que el de la industria del turismo, que maneja estadísticas falsas también porque en esas cifras se mezcla el desplazamiento de un individuo de su lugar a pernoctar en otro lugar por más de 24 o 48 hs., sea por razones de trabajo o por razones de entretenimiento o de tiempo libre. Si quisiésemos en los hoteles separar aquello que está dedicado al turismo específicamente, de aquello que está destinado a negocios o actividad empresariales las cifras serían distintas. En las estadísticas de turismo incluyen todo el negocio de gastronomía, todos los bares, los restaurantes del país, pero no todos los bares y los restaurantes viven de turistas.

Las cifras dan un panorama bastante importante sobre todo en los problemas relacionados con el impacto que estos campos representan sobre el Producto Interno Bruto, sobre la población económica activa, sobre la balanza comercial, las inversiones, los derechos de autor y empleo que son los indicadores con los cuales nosotros queremos trabajar, no porque sean los únicos sino porque preferíamos arrancar desde el análisis de este tipo de cuestiones.

### **Los observatorios culturales**

Continuando un poco la experiencia que se hizo en Ciencias Económicas con Héctor Schargorodsky en materia de Observatorio Cultural, en la Ciudad y en otros lugares del país y de América Latina, se intenta crear también observatorios de distintos tipos. El gobierno de la Ciudad a través de la Secretaría de Cultura creó recientemente un proyecto de observatorio limitado a industrias culturales.

El Estado nacional todavía no ha adoptado definiciones al respecto por más que en el año 2000 la Secretaría de Cultura del país acordó con el Ministerio de Cultura de países del MERCOSUR hacer la primera investigación integral sobre incidencia de las industrias culturales en la economía y un resumen de esas experiencias se publicó como libro<sup>27</sup>.

El Observatorio no es una invención que nace de la nada, sino resultado de procesos que se han venido desarrollando en instituciones diversas en el país, en América Latina y en otras partes del mundo, y que simplemente aspira a reunir, transparentar y hacer confiable la información que existe sobre el campo de las industrias culturales, a los fines de elaborar o proponer políticas y legislaciones

---

<sup>27</sup> Mastrini, Guillermo y Schargorodsky Héctor (Comp.), *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Edic. CICCUS - Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires, 2003.

## *Economía de la Cultura*

que contribuyan al desarrollo de estas industrias en tanto expresen los procesos identitarios de la población. No se trata de promover el empleo ni las inversiones en lo industrial desde un criterio meramente económico, sino en la medida que representen el imaginario, los sueños, las esperanzas, los proyectos de los argentinos y por extensión de los mercosureños o latinoamericanos.

**Fijar políticas sobre qué es lo nacional o qué no lo es en este tipo de cuestiones, supone también analizar las relaciones de propiedad en los capitales, y al mismo tiempo de qué manera el Estado participa en los contenidos que le corresponden.**

El Observatorio apunta fundamentalmente a esto, no se propone el tema de capacitación o de gestión. Desde él no se van a dar subsidios, no se van a determinar políticas, sino producir insumos de información básica elemental cuantitativa y también paralelamente trabajos de investigación cualitativos, pero para contribuir en términos científicos y objetivos a delinear políticas más saludables para la cultura y las industrias en la Ciudad de Buenos Aires, y que puedan servir de referencia para la Nación misma. Un observatorio de este tipo tiene que ser un punto de encuentro entre el sector privado –la cámara empresarial, sindicatos, técnicos, profesionales–, el sector público –los organismos que regulan, subsidian o también producen actividades que tienen que ver con las industrias culturales–, el sector académico –porque es el campo donde se puede desarrollar no sólo la capacitación sino la investigación– y también los autores y los creadores, sin los cuales no habría contenidos ni valores simbólicos para ser sostenidos por productos industriales. En última instancia lo que nos proponemos desde este tipo de iniciativas es continuar lo que hemos desarrollado a lo largo de estos últimos diez años, para que la cultura empiece a funcionar en su relación con la economía en términos equilibrados y armónicos.

La cultura de los argentinos, igual que la educación, la salud y todo lo demás ha sido siempre más digitado desde el Ministerio de Economía que desde estos organismos que no representan sustantivamente casi nada –porque cualquier acción, cualquier proyecto, cualquier presupuesto tienen que tener el visto bueno del

## *Economía de la Cultura*

Ministerio de Economía y por extensión a veces del organismo financiero internacional—. Las decisiones que se toman en Hacienda y Economía condicionan la cultura nacional como lo hemos visto en los últimos diez años, mientras que la producción específicamente cultural apenas incide todavía en términos demostrables sobre la economía. Armonizar entonces relaciones entre cultura y economía me parece fundamental y la labor de información de observatorios de investigaciones es democratizar el poder porque si la información es poder, democratizar la información también es democratizar el poder.

### **Diálogo con el público**

**1. Tengo entendido que las industrias culturales nacen cuando se reduce la jornada laboral, entonces empieza a haber un planteamiento de qué darle a la gente para el ocio. Mi pregunta es: ¿cuándo se iniciaron estas industrias?**

El tiempo libre todavía no aparece como una instancia en las políticas nuestras y no es que las industrias culturales quieran darle a la gente algo en el tiempo libre, lo que quieren es sacar algo a la gente en el tiempo libre. Si se redujo el empleo a lo largo de la historia del siglo XIX al XX, si se redujeron los horarios de trabajo, no es por magnanimidad de las empresas ni del capitalismo, sino para encontrar una posibilidad también de aprovechamiento utilitario de ese tiempo libre a través del uso de la radio, la televisión, la industria del disco, el cine. En el caso nuestro me parece que haría falta una política al respecto. Francia tuvo en algún momento, si no me equivoco, un ministerio de asuntos relacionados con el tiempo libre. Además yo recupero el tiempo de ocio como filosofía: si la humanidad no se orienta hacia el tiempo de ocio evidentemente no tiene tiempo ninguno. El ocio en el sentido de la civilización griega, de los romanos, donde estaba el tiempo de ocio y el tiempo de negocio.

En el tiempo de ocio lo filósofos, los artistas, quienes gozaban de ese tiempo, disfrutaban de la vida, elaboraban sus obras. Vivían disfrutando de la naturaleza. Quien entraba en el negocio era el comerciante, el que tenía que transformar la materia, el producto para el trueque, el intercambio. Lo ideal sería que hubiese un futuro donde el hombre pueda disfrutar de todo y donde el tiempo del negocio, el tiempo de trabajo sea sentido como tiempo de ocio, donde el tiempo de trabajo lo podamos convertir en tiempo creativo, tiempo de interés. Entonces una política de tiempo libre bien entendida, según mi criterio personal, no es solamente la que se ocupa de las horas en que la gente no trabaja, sino que trate de instalar también en el tiempo de trabajo elementos de interés cultural, creativos, que lo hagan más placentero y permitan desarrollar también en ese tiempo las capacidades del individuo –y no sólo la construcción casi mecanizada de manufactura o servicios–. Creo que sería una política más integral, difícil de instalar a veces; pero algunas empresas grandes en su momento lo hicieron acá en el país.

Algunas actividades se están desarrollando en campos vinculados a la juventud, a los espectáculos, al tango, pero que requieren quizás modificaciones que se están haciendo. La comunidad tiene que ver mucho en ese sentido: la sociedad y las organizaciones sociales participan, sugieren, proponen. Se supone que un gobierno que diga representarlos tendrá que responder a eso. Pero si la sociedad está en su casa mirando televisión, evidentemente no.

## ***Financiamiento de las Industrias Culturales***

**Leo Harari** – BID - UNESCO (París)

Un funcionario de un banco tiene poca formación en el ámbito de la cultura. La poca que tengo se la agradezco a los libros de Octavio Getino, al trabajo de Lluís Bonet, a los estudios del Convenio Andrés Bello, que han expuesto muy bien lo que hicieron, así que no voy a entrar en esos aspectos. En cambio me parece útil contarles el grado de elaboración que tiene el BID del tema de la relación entre la cultura y la economía, porque eso va a tener probablemente consecuencias en el acceso a recursos en el futuro inmediato para ustedes. Es más, si habla un funcionario del BID, la gente está esperando que hable de dinero, no de cultura.

Brevemente, estoy trabajando en la UNESCO desde hace un año y medio como funcionario del BID para desarrollar una estrategia de préstamos del banco en las áreas de desarrollo de las industrias culturales. El presidente decidió que se hiciera dentro del marco de la UNESCO para usar la misma terminología de la única organización internacional especializada en ciencia, educación y cultura, y que lleva adelante los convenios y los acuerdos internacionales al respecto.

Dentro de la UNESCO hay un programa que se llama la Alianza Global para la Diversidad Cultural, que es la que me aloja, y tengo un equipo de estudiantes del Instituto de Estudios Políticos de París, con los que elaboramos esta estrategia que actualmente está en estudio en el directorio del banco. Si la estrategia sale, eso significa una línea de crédito que permitirá a los países invertir en las áreas que ya vamos a mencionar, directamente vinculadas con el desarrollo de las industrias culturales, de la misma manera que lo pueden hacer para la minería, para transporte, la energía eléctrica, etc.

Es interesante sobre todo sabiendo que cuando hay préstamos esto también facilita el acceso a donaciones, o a préstamos de reembolsos contingentes, que es otra forma de donación. En 1999 el Banco Interamericano cumplió cuarenta años, y el lema para celebrarlos es: “Más que un banco”. Nos tocó a mí y a algunos otros funcionarios, en el año precedente al 99, encontrar temas que eventualmente marcarían el futuro del trabajo del banco y se hizo una lista de temas.

Entre ellos estaban: la violencia doméstica, el surgimiento de una nueva divisa –el Euro, que eventualmente podría tener un impacto importante para las economías latinoamericanas–, la inmigración de los latinoamericanos como un capital social perdido –y las medidas que se podían tomar para recuperarlo–, y también los vínculos entre la cultura y el desarrollo. Todos los temas fueron relativamente tratados pero se decidió que, visto que la asamblea se hacía en París, era la oportunidad de juntar fuerzas para tratar de entender los vínculos que existen entre cultura y desarrollo. Y yo tengo que confesar que al principio era un tema muy confuso para el banco, y cuando les decía a mis colegas que estaba trabajando en los vínculos entre cultura y desarrollo, siempre entendían “agricultura y desarrollo”.

Y aun ahora cuando hablo de industrias culturales me dicen “¿Agricultura industrial?”, o sea que tampoco mejoró mucho la cosa. Pero de todas formas se está elaborando una cierta conciencia que primero surgió por la dificultad, para los ministros y altas autoridades de cultura, de pelear un presupuesto en un concejo de ministros, frente a ministros de Economía, de Finanzas, que tienen otras urgencias. Entonces, el esfuerzo que hicimos fue intentar un lenguaje común, un lenguaje que pudiera ser comprendido en la escala de las dificultades que se ejercen en un ministerio de Economía, y que bregaran por el desarrollo de lo que nosotros llamamos cultura –sin entender muy bien qué es exactamente–.

### **Hacia una comprensión del problema**

El primer grado de conciencia fue la cultura como cultura antropológica, no como bellas artes. Nos dimos cuenta de que la ejecución de un proyecto de desarrollo no es igual en una comunidad andina o en los suburbios de Buenos Aires. La misma idea, la misma elaboración técnica es percibida de una manera diferente por la población y tiene efectos diferentes, y en algunos proyectos del banco se empezaron a integrar, por ejemplo los proyectos de agua potable, la obra, la infraestructura que siempre es muy importante. Y se intenta hacer participar a la población local no sólo en la construcción sino también en la gestión. Es decir, la comprensión de que la cultura local podía tener una influencia sobre el desarrollo de los proyectos llevó a la conclusión de la necesidad de una participación popular en la ejecución de los proyectos. Eso se hace o no según el contexto político local, la posibilidades reales, el nivel de compromiso de los ejecutantes con la población local. Lo mismo vale para todos los proyectos: pueden ser mejor o peor ejecutados según la gente que tiene la sartén por el mango en el lugar donde se ejecutan.

El segundo nivel de conciencia fue otro aspecto de la cultura que es el patrimonio cultural: los testimonios del pasado que han quedado pueden también ser explotados en beneficio de la creación de ingresos en el desarrollo. El primer gran proyecto del banco fue la rehabilitación del centro histórico de la ciudad de Quito, un préstamo de 40 millones de dólares que permitió recuperar monumentos de la época colonial muy importantes. Allí también nos dimos cuenta de una serie de trampas propias de este tipo de proyecto: una de las cuales fue que se valorizó enormemente el centro de la ciudad de Quito, lo que implica que la gente más pobre que se tenía que ir luchaba para poder aprovechar los nuevos precios, los edificios linderos, lo bonito que es esto, etc. Todos los proyectos de rehabilitación de patrimonio histórico, que hoy en día son un componente esencial de proyectos de turismo y en parte de proyectos vinculados a la cultura, se enfrentan al desafío de integrar a la población local, de no crear una especie de Disneylandia para turistas, a costa del desplazamiento de la población.

Pero si eso se hace bien trae también beneficios reales para la ciudad. En el caso concreto de Quito funcionarios ecuatorianos de la UNESCO vinieron a verme al banco a protestar porque se estaba olvidando la población. Lograron con la alcaldía y representantes del banco, crear un componente especial social de rehabilitación del centro histórico con un museo local, con formación de la gente que estaba ahí, con la creación de pequeños empleos de tipo tradicional. No sé si colmó las diferencias que ya existían antes pero por lo menos va en la buena dirección.

Esto ya está consolidado en la forma de operar del banco, el banco tiene ya una metodología para hacer préstamos de desarrollo que tomen en cuenta el patrimonio cultural y se hace regularmente, a veces casi sin que se sepa. Por ejemplo, para limpiar el Riachuelo se apartó un pequeño fondo para mejorar la situación en La Boca. Se tomó en cuenta como cuna del tango (yo como uruguayo considero que fue Montevideo, pero lo dejamos para otro día) y se dejó un componente financiero para poder restaurar lugares de una importancia cultural particular para la ciudad. Eso sabemos hacer, lo que no sabemos aún es cómo ayudar a los países a que desarrollen sus industrias culturales. En estos momentos esto se encuentra en discusión en el directorio, en base a una estrategia que hemos elaborado con ayuda de la UNESCO y sobre estudios que han hecho algunas de las personas que les hablaron en estos dos días a ustedes. Debemos reconocer nuestro uso de los conocimientos de gente del mundo de la cultura o de la economía de la cultura.

Yo comparto plenamente lo que dijo Getino sobre la dualidad de las industrias culturales, y me importa resaltar los peligros porque es ahí donde ustedes van a tener, espero, algún rol, no sólo para pedir financiamiento sino para usarlo de manera eficaz y que no se transforme en lo contrario de lo que quieren. Lo digo desde el corazón, porque hace quince años que estoy trabajando en desarrollo y lo que veo es un aumento fatal de las diferencias sociales y un aumento de las riquezas, de la mala distribución de las riquezas.

Y eso es exactamente lo contrario de lo que funcionarios de buena voluntad querían. De esa trampa es de la que hay que salir y es lo que más me interesa resaltar hoy.

### **El financiamiento al servicio de lo cultural**

La semana pasada el presidente de México, Fox, daba cuenta de un estudio que se hizo sobre las industrias culturales en México, que decía que contribuían al Producto Interno Bruto en un 6,5%, eso es 1,5% más que la agricultura. Y si esto es tan importante desde el punto de vista de la creación de riquezas, el peligro más grande es que se transforme en un negocio. Es decir, para retomar la palabra de Octavio, que la locomotora del desarrollo de las industrias culturales sea el deseo del beneficio y esa dualidad pierda vigencia. Un ejemplo: cuando se empiezan a vender los libros en el supermercado: ¿El administrador de un supermercado qué hace? Compra más de los del tema que se vendió más; eso crea una retroacción que hace que se les pida a las casas de edición el mismo tipo de libros que ya se vendieron.

Van creando una especie de *feedback* positivo, que en vez de estimular la creación cultural –que está siempre al límite, al borde; el verdadero creador está buscando inventar un nuevo color, una nueva palabra, una nueva manera de expresar las cosas– lo que está pidiendo es que se haga más de lo que ya había. Estamos transformando así el bien cultural en la persistencia de una situación de la cultura y no en la creación. Ese peligro es real; en la medida en que va a haber más recursos, en la medida en que va a haber más dinero para los proyectos culturales, va a haber también mayor influencia de lo financiero en los productos culturales.

La edición francesa por ejemplo tiene una historia maravillosa, pero la verdad es que en los últimos años dos grandes compañías dominan más del 80% de la edición en Francia; una de ellas fabrica armas y la otra edificios ¿Qué es lo incompatible?

Que manejan la casa de edición con los mismos criterios de rentabilidad financiera de una fábrica de aviones, o de armas, en donde el contenido pasa a ser secundario. La locomotora de la producción cultural es allí el deseo del beneficio, o a veces de las relaciones públicas o del prestigio y no del contenido que se quiere difundir. El pequeño editor independiente sabe que va a perder dinero con un libro de poemas pero le gustan los poemas y lo publica igual.

En el cine se hacen siete películas y uno sabe que va a ganar dinero con una, pero se da el gusto de mostrar algo que no se había mostrado antes con las otras. Esto muere si nosotros dejamos que sea nada más que el sector financiero quien dirige la operación. Entonces sin cejar los esfuerzos para que existan más recursos yo creo que al mismo tiempo –respetando esa dualidad de los productos culturales en sí–, no hay que disminuir los esfuerzos en darles mayor participación a los creadores, a las asociaciones de creadores, a los que realmente tienen que tener la última palabra. Seguimos insistiendo en que es necesario liberar muchos más recursos para esto. Primero porque hay un potencial de creación enorme en América Latina, porque en la medida en que se pueda diversificar la creación cultural estamos también ayudando a abrir nuevas maneras de ver el mundo, lo que tiene efectos a largo plazo muy deseables vista la situación actual del mundo. No quiero más que plantear algunos puntos del grado de conciencia que puede tener un funcionario que está tratando de poner 800 o 900 millones de dólares más en América Latina para la cultura, en donde hay tanto temor como esperanzas ¿Cuál es la manera de que esto sea positivo y enriquecedor para el verdadero desarrollo de nuestros pueblos, cualquiera sea ese verdadero desarrollo –que es otra discusión–? Yo creo, que tiene que haber políticas públicas.

**La empresa privada tiene como objetivo el beneficio privado, y la empresa pública el bien público; es simple, si no hay políticas públicas y no hay reglamentaciones, si no hay cuadros para la afectación de los recursos, éstos sólo van a ser usados por**

**aquellos que quieren rentabilizarlos rápidamente y con las reglas del mercado.**

Sin embargo hay cosas que es ridículo llevar a la pura rentabilización. Por ejemplo, ayer se hablaba de los bienes intangibles y en particular de las fiestas. Puede ser que luego de las discusiones en la OMC haya que aceptar las reglas del mercado para organizar las fiestas locales, y que por ejemplo la compañía Walt Disney demuestre a la ciudad de Río que ellos pueden hacer el carnaval de manera más eficiente y rentable que el pueblo carioca, que traigan figurantes de Malí, que son más baratos que los de la favela de Río. Bueno, pueden hacerlo, pueden hacerlo mejor desde el punto de vista económico ¿Pero qué significa eso como pérdida para los habitantes de Río de Janeiro, qué significa como pérdida para la cultura y para la tradición? Es decir, hay cosas que no obedecen a la sola lógica económica, y meter la lógica económica en todos lados es profundamente destructivo como sabemos los que estamos trabajando en el mundo de la economía.

A fuerza de ver costo y beneficio uno pasa del amor a la prostitución.

**No es tan complicado, el problema es el dinero, necesitamos el dinero, pero lo tiene que manejar la gente del mundo de la cultura, tiene que haber reglas de juego públicas, y tienen que servir para favorecer la inclusión social, preservar y desarrollar la diversidad cultural y que esos beneficios queden en manos de los que están produciendo el contenido.**

Existe hoy una generación joven en el altiplano que sueña con tener la moto Honda y andar con jeans. Traten de andar con una moto Honda en un pueblito del altiplano: pueden hacer cuatro metros y se caen en el barranco, pero lo ven en la televisión. Esto es todo, es una lucha relativamente perdida, pero si vamos a tener más recursos –y yo creo que los vamos a tener–, más vale que sepamos también que la economía simplemente es un instrumento al servicio del proyecto que tenemos.

La otra buena noticia es que el banco está lanzando una fundación, se llama Fundación Interamericana para la Cultura y el Desarrollo. Esta fundación es de derecho americano: las empresas que van a hacer donaciones pueden tener beneficios fiscales. Se va a intentar juntar fondos del sector privado y público, y va a ser administrada en principio por gente de la cultura, del mundo de la cultura. Básicamente sus objetivos son facilitar la existencia de proyectos que necesitan ese empujoncito financiero, en particular cuestiones vinculadas con las mini industrias, como la artesanía o las cuestiones locales comunitarias.

La formación es un tema fundamental en el tema de las industrias culturales porque la parte económica hay que saberla llevar y administrar. Queremos ayudar tanto en la formación de funcionarios, de administradores, como de nuevas tecnologías. Y está en discusión todo aquello que tenga que ver con los marcos regulatorios y legales que favorecen el desarrollo de las industrias culturales, temas muy polémicos pero importantes como el de los derechos de autor y derechos afines, donde la última palabra todavía no está dicha —qué se privilegia: defender al creador o a la empresa que reproduce la obra; cuál es el derecho de los pueblos de tener acceso a la producción cultural gratis o desde qué momento—.

Las presiones de las grandes empresas, que defienden sus intereses, son muy grandes, pero también por suerte hay contrapresiones<sup>28</sup>. Una manifestación es la elaboración del convenio internacional que va a proponer UNESCO para la firma de los países sobre la diversidad cultural y los bienes y servicios culturales, de las obras creativas (Lluís Bonet ha sido uno de los expertos que participó de la elaboración del proyecto).

---

<sup>28</sup> Tenemos el ejemplo de Chile que se mencionó rápidamente ayer, la negociación del tratado de libre comercio bilateral con Estados Unidos, donde gracias al desarrollo de un *lobby* del mundo de la cultura el gobierno asumió la defensa de una exclusión, los temas de cultura, combate que continúa hoy en día.

Esto es un terreno extremadamente dinámico y nuevo, donde la toma de conciencia de quienes toman decisiones políticas y de algunos de los organismos internacionales es relativamente reciente. Yo participé con algunos que están en la sala en conspirar para que en la primera cumbre de presidentes iberoamericanos se mencionara a las industrias culturales como un tema importante para desarrollar. Muchas cosas pasaron simultáneamente, pero una de las que había que conseguir era declaraciones de alto nivel, para tener en qué apoyarse, para seguir avanzando, tener los recursos para realizar estudios, para poder repartir fondos aquí y allá.

## **Diálogo con el público**

### **1. ¿Cómo es el sistema de crédito, cómo se arma el sistema de devolución del dinero?**

El BID es un banco público, presta dinero a los países y después que lo presta –de allí parte el problema de la deuda externa, tampoco hay que felicitar tanto–, hay que devolverlo. Presta dentro de las políticas que han sido aprobadas por su consejo, su asamblea de gobernadores. Tiene que ser para operaciones que de una forma u otra favorezcan el desarrollo económico y social y la calidad de vida de la población, privilegiando a la población mas pobre. Pero eso es muy amplio.

También consigue donaciones; esas donaciones vienen de más de 35 figuras financieras diferentes, desde el Japón que le ha dado al banco para que administre fondos de cooperación, hasta Portugal, pasando por los países escandinavos. Hay 26 o 27 fondos europeos, más fondos latinoamericanos de solidaridad. Entonces esas donaciones no necesariamente tienen que pasar por el gobierno. Claro que no puede hacerlas contra el gobierno, porque el banco está manejado por los gobiernos, es difícil que vayan a financiar algo contra ellos, pero con apoyo se puede conseguir.

Los fondos más grandes son: el FOMIN (Fondo Multilateral de Inversiones), que tiene 1.300 millones de dólares. Se creó en el momento en que empezaron todos los ajustes, sabiendo que esos ajustes iban a tener un costo social enorme. Finalmente fue tanto más grande que los 1.300 millones no alcanzaban para nada, pero la idea era que iban a ayudar a crear formas alternativas de producción económica para todos los desocupados de las nuevas medidas de ajuste.

Hoy en día el fondo se abrió con mayor flexibilidad y acepta financiar o donar dinero para experiencias que en último análisis creen empleo, o creen riquezas, o creen un evento que de otra manea no se crearía vinculado al desarrollo económico y social. Pueden encontrar todas estas informaciones en [www.iadb.org](http://www.iadb.org).

Ahí puede presentarse una ONG, una alcaldía, o un club. IADB es *Inter American Developmentl Bank*.

## **2. ¿Con qué criterios se asigna el préstamo?**

El FOMIN está en cada uno de los países de América Latina. Hay una representación del BID que tiene la responsabilidad de lo que pasa en el país, la administración de los recursos para el país es responsabilidad de las representaciones; hay que ver cuál es la política para cada país, que se hace en negociación permanente y con ciclos en cada uno de los países, con el gobierno y los funcionarios del banco. Es muy difícil decir hoy si en Chile es para tal cosa o no, hay que hablar con el representante en Chile.

Pero existe posibilidad de diálogo con las oficinas del banco en cada país, donde se puede ver el ajuste de los grandes instrumentos, los *founding trusts*, fondos en fideicomiso, que son bilaterales: un país suscribe con el banco un acuerdo por el cual el banco puede solicitarle hasta 3, 4, 5 millones de dólares por año para proyectos que considera de interés para el desarrollo. Algunos ponen condiciones, otros no.

Por ejemplo, Portugal en una época ponía como condición que sirviera para las privatizaciones, los suecos que participaran las mujeres, los italianos que hubiera italianos en el proyecto. Es normal, es parte del dinero que el país se auto atribuye de una cierta manera. Es una forma de solidaridad realista. Lo administra el banco, lo deciden las autoridades del país y el banco. Entrando en las modalidades de atribución uno puede saber si su proyecto coincide o no, hay buenas pistas ya en la página web del banco, y si no hay que entrar en contacto con la representación del banco en cada país.

Hay otra cosa que es el Centro Cultural: se hizo una especie de centro cultural que es la más grande galería de arte latinoamericano en Washington, a 300 metros de la Casa Blanca (no creo que allí se interesen particularmente en el arte, y menos latinoamericano, pero hay público), y un auditorio enorme, que va a ser el más grande auditorio latino de Washington. El Centro Cultural tiene un pequeño fondo para ayudar proyectos culturales, puede ser una radio de una minoría, puede ser una nueva expresión, en general siempre tiene que estar vinculado con la gente que tiene dificultad para conseguir el dinero en otra parte. Eso lo encuentran también en la página del banco donde dice “Centro Cultural y la Fundación”. La fundación todavía no opera, recién fue anunciada públicamente en la segunda reunión que hubo de ministros y altas autoridades de la cultura en México el 23 y 24 de agosto, hace 10 días, pero creo que antes de fin de año va a ser operacional y ahí tendrá su página, y se verán las reglas del juego.

### **3. ¿Para qué se puede pedir? ¿Para proyectos, para sedes? ¿También para proyectos de educación? ¿Cuáles son los trámites que hay que hacer?**

Nunca es fácil conseguir dinero, no porque los trámites sean complicados sino porque la demanda es mucho mayor que la oferta – hay 10 mil proyectos y se financian 300–. ¿Qué es lo que no se financia? No se financia en general lo que son los gastos recurrentes, es decir, salarios. Puedes hacerlo, si encuentras astucia para financiar un salario, cuando eso es realmente propio del proyecto y es

## *Economía de la Cultura*

indispensable, pero en general si uno financia salarios o alquiler sabe que cuando lo deje de hacer cae el proyecto.

La experiencia demuestra que financiar aquellas cosas que sostienen al proyecto, no al lanzamiento del proyecto sino al proyecto en sí, significa condenarlo a que cuando se cierra la canilla se cae todo. Algunas veces se ha hecho.

¿Por qué? Porque existía un objetivo político de transferir recursos a un país que lo estaba necesitando desesperadamente, y esto está bien, no importa. Durante un año o dos hay gente que come y si no, no hubiera comido, y eso es una manera de echar a andar la maquinaria económica. Se puede dar dinero para cualquier cosa con el objetivo no de darle dinero a personas, sino de hacerlas entrar en la economía, pero en regla general, en las circunstancias normales, nada que sea un gasto recurrente.

En cuanto al trámite depende de qué fondo estamos hablando. Siempre conviene tener un apoyo público y oficial, porque de una manera u otra el funcionario que va a procesar esa solicitud va a tener que saber que no lo está haciendo en contra de un gobierno, que es uno de sus patrones. O sea que si uno lo está presentando con un apoyo ministerial o de una alcaldía, o lo que fuera, sabe ya que políticamente está cubierto y luego hay que ver caso por caso cómo se elabora. En dos palabritas, siempre hay un perfil del proyecto que toma en cuenta los objetivos generales, los objetivos específicos, las actividades para cumplir, los recursos que se necesitan, la gente, la infraestructura, el tiempo, los resultados esperados y un presupuesto, y luego cuando uno es muy exquisito –porque igual se lo van a pedir–, ventajas e inconvenientes, qué pasa si esto marcha, qué pasa si no marcha, qué perdimos, o qué efectos puede tener. Entonces ahí uno habla de los antecedentes, todo el mundo prueba que su proyecto es lo más importante del mundo, o cree probarlo, digamos. Hay que dar pistas de que va a haber resultados probables, aunque a veces no lo sabemos.

#### **4. ¿Qué dimensión tienen los fondos “pequeños” del Centro Cultural?**

El Centro Cultural todos los años hace 20, 30, 40 donaciones que van de 2 o 3 mil dólares a 8 o 10 mil dólares. Eso es pequeño, no procesable para un préstamo; cuesta mucho más caro estudiar un préstamo que regalar el dinero.

#### **5. ¿Qué es razonable para el Fondo Multilateral de Inversiones, el FOMIN?**

Ésas son operaciones que van de medio millón de dólares a 2 o 3 millones de dólares. Ahí hay que demostrar la lógica empresarial y productiva de una donación de ese nivel, por ejemplo para la cuentas satélites de las que se hablaba ayer se ha gastado mucho dinero, no sé si justificado o no, eso es otra historia. Pero hay que explicar que se van a movilizar y que eso va a servir para cambiar la historia. Ésas son las escalas. Después para los fondos del fideicomiso, es bastante más flexible y amplio porque en general implica uno o dos consultores expertos, que vienen de otro país. Ése es otro tipo de proyecto, pero digamos que el promedio es de 40, 50, 60 mil dólares.

#### **6. ¿Han desarrollado herramientas para medir la rentabilidad cultural?**

No sé. Está bien esa pregunta, además no habría que dejar medir la rentabilidad cultural; no importa si mis creencias son más rentables o no. De momento lo que sí hay que demostrar es si estás trayendo un consultor de India para trabajar tres meses contigo porque eso tiene que ver con el proyecto, si vas a comprar un tablao porque vas a hacer una obra de teatro, porque se va usar para eso. Es un sentido muy mecánico, presupuestario. Lo que sí hay que hacer es argumentar bien: que esto tiene un impacto positivo, social, no necesariamente económico. Por ejemplo, he visto –incluso he participado– unos cuantos proyectos para comprar instrumentos de música, para formar orquestitas en barrios en donde hay mucha

delincuencia juvenil, sabiendo que eso hace que se cree un vínculo social de otro tipo. Hay muchos proyectos de ese tipo que consiguen donaciones con dinero del banco, hay montones de ejemplos.

Hay también préstamos enormes: el estado de San Pablo pidió 400 millones de dólares para hacer proyectos en los barrios más difíciles, en donde se da formación de todo tipo para los jóvenes, para sacarlos de un medio difícil, para hacerlos aprender algo que pueda algún día servirles como medio de vida. Ya tiene un impacto social positivo, están ahí, haciendo cosas que les gustan, en vez de estar en la calle.

Pero se puede discutir el criterio de qué es desarrollo, qué entiende un banco como desarrollo. Lo digo siempre: en Bolivia nos recibió una misión y había un cartel que decía “ya no nos desarrollen más”, “por favor no nos desarrollen más”. Yo me acuerdo de ellos y siempre digo: cualquier cosa que ustedes piensen que es el desarrollo, en fin... no es tan evidente que sea algo bueno.

**7. Tengo entendido que un par de años antes de 2000 el BID contrató a dos economistas, uno uruguayo y no sé si a un mexicano, para que desarrollaran justamente una metodología para evaluar las inversiones que estaba pensando para el desarrollo de protección del patrimonio, y que han trabajado sobre evaluación de proyectos en medio ambiente que les servían de base para evaluar la “rentabilidad” de inversiones en el área de la cultura y específicamente en el patrimonio.**

**¿Usted conoce estos trabajos?**

Más o menos, leo muy pocos documentos hechos por el Banco. La ecología sirve de referencia para el tema de la cultura en el banco, porque hace 20 años era imposible hablar de medio ambiente en general y luego de los desastres que pasaron entre otras cosas con la transamazónica y otros tipos de obra de infraestructura que tuvieron efectos nefastos, hoy en día cada dólar que se invierte tiene la evaluación de su impacto, positivo o negativo en el medio ambiente. En la cultura está pasando lo mismo. Está entrando el problema que es efectivamente cómo evaluamos. Se inventa.

Ahora, no hay que tomarse tampoco demasiado en serio eso.

La primera vez que se hizo un préstamo vinculado a la cultura fue hace 30 años: el museo antropológico de Lima. El gobierno peruano pide un préstamo para hacer un museo y se reían en el banco, hasta que a un buen tipo se le ocurrió una idea: vamos a probar que los turistas cuando van al museo se quedan un día más de hotel; es bueno para la industria hotelera. Y marchó. Entonces se hacen esas cosas pero en realidad están mas bien atadas al objetivo que uno ya tiene antes de lo que va a descubrir. No es un trámite científico, es un trámite político porque es necesario poder rendir cuentas, estamos obligados a rendir cuentas. Pero efectivamente es una cuestión muy difícil evaluar el impacto. En las cuestiones de patrimonio está lleno de traspies, yo hablo de traspies porque es un gran sufrimiento estar vertiendo cientos de millones de dólares y seguir viendo aumentar la pobreza. Cada vez que ponemos más plata yo digo: ahora cuál es el error que vamos a cometer para que sea peor; y eso porque todavía soy un poco ingenuo a veces, si no estaría en otra onda. Pero por ejemplo hay un peligro terrible: hablamos de cultura, identidad cultural... ¿Qué es lo que estamos renovando en América Latina? ¿Los resultados del colonialismo español? ¿Estamos rehaciendo las catedrales? En Cartagena de Indias... ¿Qué hicimos en Cartagena de Indias? Rehicimos el lugar donde se juntaba todo el oro de América para llevarlo a España ¿Y qué pasó en Cartagena de Indias? Se suprimió la primera revolución, la primera rebelión negra en América Latina. ¿Haciendo qué? Cadáveres; no quedó un negro en la región del Caribe. Entonces, está bien porque Cartagena es maravillosa, es bellísima, la arquitectura es fabulosa, y es un pedazo del patrimonio colombiano hoy en día. Muy bien, ¿Y por qué no nos juntamos con un poquito de historia? ¿Por qué no hablamos de lo que había antes ahí? Entonces, también estamos jugando con fuego, una gran hipocresía. Cuando decimos que vamos a renovar nuestro patrimonio, ¿qué es nuestro patrimonio? ¿Nuestro patrimonio y la historia es cómo terminaron los habitantes originales aquí? Hubo una revolución en el país hermano de Bolivia para proteger el gas. Yo vivo en Europa y me decían: “Pero están locos allá, si pueden vender el gas.

¿Qué más quieren? En la situación que están les viene bien”.

Sí, un momentito: en el siglo XVI la segunda ciudad más grande era Potosí, la ciudad en la que se creaba tecnología era Potosí, la primera era Londres, los grandes inventos se hicieron para separar el mineral de las rocas, para llevarse el estaño, la plata, etc. ¿Qué queda de Potosí hoy? Entonces yo puedo entender la memoria colectiva boliviana: ¿Y después que se lleven el gas, qué me queda a mí? ¿Un hueco? Con la cultura pasa lo mismo. La cultura, ¿Qué cultura? Todas las culturas son bastardas, son mezcladas, y se dio así y seguirá siendo así. Pero se trata de esa lucidez con respecto a esto: termino aquí simplemente invitando a aquellos que tengan la suerte de poder sacarle plata a un organismo financiero que lo hagan para defender su propio proyecto, y no para aceptar las reglas del juego de los que van a beneficiarse económicamente.

***La exploración de las relaciones entre economía y cultura. Herramientas para el diseño de políticas culturales en el desarrollo sostenible de América Latina.***

***La experiencia del Proyecto ECONOMÍA Y CULTURA del Convenio Andrés Bello.***<sup>29</sup>

**Pedro Querejazu Leyton** - Coordinador de Cultura Convenio Andrés Bello

En un texto reciente, David Harvey escribió que “el hecho de que la cultura se tornó en un tipo de mercancía es innegable”. No obstante, agrega inmediatamente una reflexión clave:

“Pero también existe la creencia generalizada de que existe algo muy especial en ciertos productos y eventos culturales (sea en las artes plásticas, en el teatro, en la música, en el cine, en la arquitectura o más ampliamente en las formas de vida, en la herencia, en la memoria colectiva o en las comunidades afectivas) capaz de separarlos de las mercancías comunes como las camisas o los zapatos”.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Para mayor información sobre el proyecto, sus publicaciones, y sobre el CAB, se puede consultar [www.cab.int.co](http://www.cab.int.co). Este texto fue presentado en Buenos Aires en septiembre de 2004. Se le han hecho pequeños ajustes en octubre de 2005, antes de su impresión como parte de las memorias del evento.

<sup>30</sup> Harvey, David, “A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura”. En: de Moraes, Denis (org.). *Por uma outra comunicação*, Río de Janeiro, Brasil, Record, 2003, p. 139. Y eso que, en las camisas y zapatos también están incorporados los códigos culturales de los productores y de los consumidores; si no, todas las camisas y los zapatos serían iguales en el mundo. Por el contrario, no son iguales los zapatos italianos que los que usan los estadounidenses o los que usan los persas; tampoco son iguales las camisas que usan los chinos respecto de las que usan los franceses o los cubanos. [Anotación de Pedro Querejazu].

## *Economía de la Cultura*

Es entonces un hecho que se han acrecentado las conexiones entre economía y cultura, a unos extremos que apenas intuyeron los teóricos de la Escuela de Frankfurt.

Expresiones como la música, los libros, el cine o el video, netamente culturales en su origen y en su esencia, forman parte de procesos de producción sofisticados y complejos, circulan a través de espacios que se rediseñan permanentemente, conforman rituales de uso y de consumo que ponen en movimiento los horizontes cognitivos, las emociones, los dilemas éticos y las huellas culturales. Indagar con rigor en estas conexiones es fundamental para poder trazar con acierto políticas culturales que, entre otras cosas, hoy se resuelven mucho más en el campo privado y empresarial que en el estatal y público, en el internacional que en el local o nacional. Convertir estos temas en parte activa de la deliberación social, es uno de los objetivos de la exploración de las relaciones entre economía y cultura. Porque de lo que estamos tratando es de significados sociales que, unidos a la tradición como a la innovación y creación, a la conservación como a la experimentación, rebasan su clasificación como meras mercancías negociables en los mercados.

### **Una propuesta del Convenio Andrés Bello**

En 1999, el Convenio Andrés Bello inició el proyecto de Economía y Cultura, que con otras iniciativas en el campo del patrimonio, la legislación y las políticas culturales conforman la programación del Área de Cultura de este organismo Intergubernamental. El proyecto nació como el interés por establecer una mirada ordenada sobre el tema de esta relación que fue compartido por el Ministerio de Cultura de Colombia y el CAB.<sup>31</sup> En respuesta, el CAB diseñó el

---

<sup>31</sup> El proyecto se inició durante la administración 1997-2000 del Secretario Ejecutivo del CAB, doctor Pedro Henríquez Guajardo, y bajo la dirección de la Coordinación del Área de Cultura a cargo de Fernando Vicario Leal. Ha continuado durante la administración 2001-2004 de la Secretaria Ejecutiva Doctora Ana Milena Escobar Araujo y la Coordinación de Cultura de Pedro Querejazu Leyton.

## *Economía de la Cultura*

proyecto y se definieron los objetivos del mismo, para que estudiara los sectores más interesantes e importantes con el fin de que produjese información confiable para ser sistematizada en las cuentas de Estado.

El mismo se diseñó desde un principio como internacional, de modo que ofreciese una mirada de conjunto y que la información obtenida pudiera producir resultados de políticas culturales de rango tanto nacional como regional. En su primera fase participaron el Ministerio de Cultura de Colombia, el Instituto Nacional de Cultura de Perú, el Viceministerio de Cultura de Ecuador, el Ministerio de Educación de Chile y el Viceministerio de Cultura de Venezuela, y se contó con el apoyo de más de 50 organizaciones públicas y privadas de todos estos países.<sup>32</sup>

Varias preguntas claves sostuvieron la indagación:

¿Por dónde iniciar estudios sobre economía de la cultura cuando el panorama es tan amplio?

¿Por dónde empezar en un tema sin antecedentes en los países latinoamericanos rodeado además de una información frágil y fragmentada?

¿De qué manera combinar adecuadamente las determinantes económicas con las condiciones sociales de las industrias culturales?

¿Por qué diseñó el CAB junto con los países un proyecto como éste?

---

<sup>32</sup> El proyecto fue diseñado y ofrecido a los seis países andinos: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Bolivia, que sí estuvo interesada, finalmente no participó en el proyecto. Chile que inicialmente afirmó no estar interesado, se incorporó al proyecto tras la realización del Seminario Internacional *Economía y Cultura. La tercera cara de la moneda*, que se realizó en Bogotá, en mayo de 2000, con el auspicio del CAB, el Ministerio de Cultura de Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

## *Economía de la Cultura*

El fortalecimiento de los procesos de integración y la configuración y desarrollo de un espacio cultural común, es la misión del Convenio Andrés Bello. Uno de los objetivos que se desprenden de esta misión es aportar al diseño de políticas de sus países miembros, “con el propósito de que contribuyan a un desarrollo equitativo, sostenible y democrático” y en el campo cultural, lograr afianzar los procesos de diversidad, interculturalidad, identidad y creatividad basada en la memoria.

La idea fue, y sigue siendo, salir del ámbito de las eventuales investigaciones académicas e individuales para enfrentar el problema de la generación de información en forma conjunta, desde la institucionalidad de la cultura de cada país. Por eso el proyecto se diseñó con un equipo central, dependiente del CAB, que coordinase las investigaciones realizadas por los equipos nacionales y que intercambiase la información generada por cada uno de ellos, retroalimentando así la propia investigación.<sup>33</sup>

Dentro del amplio espectro de la cultura, las industrias culturales son sin duda las que permiten estudiar con más detenimiento y precisión las relaciones con la economía. Lo son porque la música o el cine, la televisión o los libros se han insertado en los mercados, han desarrollado sofisticadas cadenas de producción, circulan global y localmente por circuitos diferenciados y generan importantes volúmenes, tanto de inversión como de rentabilidad.

Desde la ya clásica discusión de Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la ilustración*, las industrias culturales han acrecentado su importancia económica y su relevancia cultural por su serialidad, su

carácter masivo, sus ubicaciones globales y las interacciones que han logrado con los avances permanentes de las tecnologías. La

---

<sup>33</sup> El equipo central de Economía y Cultura del CAB ha sido coordinado en forma sucesiva por las siguientes personas: Ramiro Osorio, María Cristina Serje, David Melo y Sylvia Amaya Londoño. El economista del equipo es Omar López. Germán Rey Beltrán ha sido y es asesor permanente del proyecto.

## *Economía de la Cultura*

producción cultural se ha racionalizado y adoptado infraestructuras complejas que acompañan desde el surgimiento de la idea hasta el consumo de los productos, e involucra en diferentes momentos de su realización una gran diversidad de profesiones, oficios, procedimientos e insumos. La circulación fluye por circuitos mundiales así como por espacios locales a través de nuevas tecnologías (como compras por Internet), grandes superficies, estrategias de divulgación masiva, etc.

Por otra parte las cifras que se manejan, especialmente en los Estados Unidos de América, son monumentales. En el 2001, el aporte al PIB de las industrias culturales de ese país fue de 7.8%.

La contribución al PIB en algunos países europeos es aun más alta. En Suecia el aporte es de 6.5%. El 83% de la recaudación de las taquillas de cine en América Latina es de películas provenientes de los Estados Unidos de América, mientras que en 2002 la recaudación de taquilla de cine en los Estados Unidos fue de 9.5 mil millones de dólares y la asistencia a salas creció un 10.2% frente a lo sucedido en 2001 en ese país.

En el mercado de la música legal, las ventas per cápita en dólares en Estados Unidos fueron de 44.9, para un total de ventas al detalle de \$12.609'400.000 dólares. En Estados Unidos cerca del 70% de los hogares tienen un computador y la penetración de Internet es de un 61.2%.

Si bien las cifras de las industrias culturales en los países del CAB son inferiores (2.1% para Colombia, 2.03% para Chile, 2.3% para Venezuela<sup>34</sup>), sí son significativas en el panorama regional, pues algunas de las industrias culturales tienen una dinámica como la de otros sectores productivos y sus exportaciones presentan tasas de crecimiento por encima de las no tradicionales y, desde luego, generan más dinero a los países del que los mismos estados invierten en cultura y en el fomento de las propias industrias estudiadas.

---

<sup>34</sup> Si bien en el Informe Ejecutivo, p. 11, las cifras para Chile y Colombia son del 2.8% y para Venezuela del 2.3%, en los estudios posteriores esas cifras son más conservadoras.

## *Economía de la Cultura*

Algunas ideas, y sobre todo algunos debates sobre la cultura, han sido muy importantes para el desarrollo del proyecto del CAB. Por ejemplo, todas aquellas ideas que insisten en las relaciones entre producción, circulación, usos y consumos o las que muestran que las intersecciones entre economía y cultura han influido, no sólo en aquellos sectores con procesos industriales más avanzados sino en otras expresiones culturales como el patrimonio, la apropiación de los centros históricos, el turismo, las artes plásticas, el teatro o la creación literaria.

También la discusión sobre el valor agregado de la cultura, las tensiones entre las afirmaciones locales y los propósitos comerciales de las grandes corporaciones y los conflictos entre creatividad y estandarización. Como lo planteó Germán Rey en uno de los documentos elaborados para el proyecto:

“Mientras en el pasado –escribe– los bienes culturales eran disfrutados por muy pocas personas, generalmente las élites, ahora las industrias culturales han permitido que amplios sectores sociales (aún no los suficientes y necesarios) participen de la creatividad que se expresa en la música o en el cine, en la televisión o en los libros. Las llamadas industrias culturales están marcadas por sus implicaciones económicas o sus nuevas posibilidades tecnológicas y a su vez son bienes simbólicos, que crean e intercambian sentidos y que participan activamente en la creación de imaginarios, memorias sociales, mundos de representación y experiencias de la sensibilidad.

Por ellas circulan estéticas con las que interactúan millones de personas en el continente, así como valores, creencias y percepciones sociales.”<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Rey, Germán. *El aporte a la economía de las industrias culturales en los países andinos y Chile: Realidad y políticas*. INFORME EJECUTIVO DEL PROYECTO ECONOMÍA & CULTURA. Bogotá, Colombia, 2001.

## *Economía de la Cultura*

Una buena parte de lo que sucede con la cultura de nuestros países se representa o se excluye de las vastas redes que conforman las industrias culturales, sean éstas nacionales o transnacionales.

Pero también es necesario observar, con mucha más precisión y rigor, sus implicaciones económicas, así como su aporte al desarrollo socio-económico de nuestros países. Aporte que se mide no solamente en importaciones y exportaciones, en generación de empleo o en porcentaje de presencia de las industrias culturales en el Producto Interno Bruto, sino también y sobre todo en cohesión social, interculturalidad, diversidad cultural y participación de los ciudadanos y ciudadanas.

Jesús Martín Barbero, en un lúcido ensayo lo evidencia:

“Pues si hay un movimiento poderoso de integración –entendida ésta como superación de barreras y disolución de fronteras, es el que pasa por las industrias culturales de los medios masivos y las tecnologías de la información [...] son esas mismas industrias y tecnologías las que más fuertemente aceleran la integración de nuestros pueblos, la heterogénea diferencia de sus culturas, a la indiferencia del mercado.

Sobre las posibilidades de comprender, sin azucarar viejos maniqueísmos e integrismos, y de enfrentar políticamente las contradicciones que moviliza esa paradoja, se juega hoy la supervivencia cultural de nuestras identidades colectivas.”<sup>36</sup>. Cosa semejante afirma el texto de conclusiones del grupo de investigación del CAB liderado por Manuel Antonio Garretón.<sup>37</sup>

El estudio de las relaciones entre economía y cultura: rastros de un itinerario

---

<sup>36</sup> Barbero, Jesús Martín. *Industrias Culturales e identidad*

<sup>37</sup> Garretón, Manuel Antonio (Coordinador). *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración*. Convenio Andrés Bello y Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile. 2003. La obra incluye textos de Jesús Martín Barbero, Marcelo Cavarozzi, Néstor García Canclini, Manuel Antonio Garretón, Guadalupe Ruiz-Giménez y Rodolfo Stavenhagen.

## *Economía de la Cultura*

Por sus características, las industrias culturales se convirtieron entonces en un objeto primordial de exploración y estudio, ya que en ellas se generan “unas relaciones complejas, y en muchos casos tensionantes, entre las lógicas del mercado, los procesos de creación y las formas de circulación social de los productos culturales...”

Este encuentro produce una serie de interrogantes alrededor de temas como, por ejemplo, la estandarización y la diversidad cultural, la influencia de las decisiones económicas y administrativas en la construcción de las narrativas (televisivas, cinematográficas, literarias, etc.), la imposición de determinados productos y la invisibilidad de otros, el predominio de los criterios de *rating* y rentabilidad y, en algunos casos, la disminución de las posibilidades de manifestaciones culturales locales o minoritarias”.<sup>38</sup>

Por ello dentro del proyecto de Economía y Cultura se hizo patente la necesidad de estudiar la situación de las industrias culturales en varios países del CAB, para, a partir de ese conocimiento, se pudiesen estructurar y desarrollar políticas públicas más consistentes. En América Latina, con algunas excepciones, como casos aislados en Uruguay y Argentina donde se han emprendido estudios pioneros como los dirigidos por Octavio Getino,<sup>39</sup> había mucho por hacer en este sentido<sup>40</sup>.

---

<sup>38</sup> Convenio Andrés Bello. Ministerio de Cultura de Colombia. “*Impacto Económico de las industrias culturales en Colombia*. CAB, Bogotá, Colombia, 2003.

<sup>39</sup> *Industrias culturales. Incidencia económica y socio cultural, intercambios y políticas de integración regional*. Octavio Getino, Coordinador técnico del proyecto, Argentina; Gabriel Omar Álvarez, Brasil; Rubén Loza Aguerrebere, Uruguay. MERCOSUR CULTURAL. Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación de la República Argentina. Organización de Estados Americanos. Buenos Aires, Argentina. 2002.

<sup>40</sup> Ver, a modo de ejemplo: Getino, Octavio. *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Ediciones Colihue. Buenos Aires, Argentina, 1995. Stolovich, Luis; Lescano, Graciela; Mourelle, José; Pessano, Rita. *La cultura es capital. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Editorial Fin de Siglo. Montevideo, Uruguay, 2002. García Canclini, Néstor y Moneta, Carlos (Coordinadores). *Las*

Como lo señaló en su momento Néstor García Canclini:

“Una seria dificultad para rediseñar las políticas públicas en este nuevo horizonte es la falta, en la mayoría de los países latinoamericanos, de estadísticas confiables, o abiertas al conocimiento público, sobre las inversiones y el consumo en los principales campos de la producción y la comercialización cultural. [...] Tampoco existen estudios que correlacionen las inversiones económicas en la producción con lo que sucede en la recepción<sup>41</sup>.”

Establecida esta prioridad se inició un proceso de investigación que ha venido evolucionando, logrando cada vez aproximaciones más amplias y detalladas de los mercados de estas industrias.

En este texto enunciaremos las principales características metodológicas de los estudios ya finalizados del proyecto. Algunas de ellas se están desarrollando en países como Cuba, Chile, Perú y Venezuela mientras que se empiezan a explorar otras vertientes de las relaciones entre economía y cultura a las que nos referiremos sucintamente.

En la primera fase del proyecto se investigaron las siguientes industrias culturales: editorial<sup>42</sup>, cinematográfica (cine y video), fonográfica, televisión, radio, publicidad, prensa, (más otros sectores como artes escénicas, artesanías, artes visuales, que no fueron trabajados por todos los equipos). Para su medición se usaron cinco indicadores económicos: producción, facturación, empleo, exportaciones e importaciones, pagos por derechos de autor y

---

*industrias culturales en la Integración Latinoamericana*. Editorial Eudeba. Buenos Aires, Argentina, 1999.

<sup>41</sup> García Canclini, Néstor. *Las industrias culturales en la Integración Latinoamericana*. Editorial Eudeba. p. 36.

<sup>42</sup> Es preciso mencionar que gran parte de la metodología de investigación se adoptó del sector editorial, tomando como modelo básico el sistema español de la SGAE. Por eso el CAB hizo un convenio específico de colaboración con el CERLALC, que se convirtió en un socio fundamental en el desarrollo de estas investigaciones.

## *Economía de la Cultura*

piratería. Los resultados de estas aproximaciones, que se iniciaron con diferentes metodologías, fueron un insumo para el informe ejecutivo regional sobre Economía y Cultura que el Convenio Andrés Bello publicó en 2001.<sup>43</sup>

En la segunda fase se retomaron los estudios realizados por el Ministerio de Cultura de Colombia y el Consejo de las Artes y Cultura de Chile, apoyados, a su vez, por el propio Convenio.

Se elaboraron diagnósticos ampliados con un nivel técnico y metodológico más desarrollado, en los que se abarcó un análisis de la oferta y demanda. Como objeto de estudio se plantearon las industrias culturales partiendo de la definición de la UNESCO, es decir considerando su naturaleza creativa, sus relaciones con diferentes soportes físicos y electrónicos, su carácter masivo y sus estrechos vínculos con los derechos de autor.

Tras la entrega de los informes de cada país y, a raíz de la elaboración del Informe ejecutivo, se hizo evidente que, pese a que las investigaciones se trabajaron en los países sobre las mismas industrias y con los mismos indicadores, se evidenciaron diferencias en las aproximaciones metodológicas de cada equipo a los temas.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> *El aporte a la economía de las industrias culturales en los países andinos y Chile: Realidad y políticas*. Estudio realizado en Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela. INFORME EJECUTIVO DEL PROYECTO ECONOMÍA & CULTURA DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO. Bogotá, Colombia, 2001.

<sup>44</sup> Los equipos de Economía y Cultura han estado coordinados como sigue:

Chile: Paulina Soto Labé, Loreto López. Luis Campos; Colombia: Ramiro Osorio, Luis Armando Soto, Rafael Gutiérrez, María Claudia Matiz y Felipe Buitrago; Ecuador: Rosángela Adoum, Roberto Salazar, Paola Rodríguez; Perú: Luis Repetto; Venezuela: Tulio Hernández. Bolivia no realizó la investigación, pero se incorporó al Informe Ejecutivo la información generada por Érick Torrico que hizo una investigación sobre las industrias culturales en la ciudad de La Paz, con metodología de medición propia.

## *Economía de la Cultura*

Por eso, al iniciar la segunda fase, se afinaron los indicadores. El resultado es que se revisaron y actualizaron las cifras y los mecanismos de lectura y análisis, con los que se tiene la seguridad de que las cifras son consistentes y confiables. De ahí la publicación de los libros sobre las investigaciones realizadas en Chile y en Colombia en diciembre de 2003, y los previstos para este año de Cuba, Perú y Venezuela.

Estos estudios analizaron un indicador de tipo global y llevaron a cabo diagnósticos sectoriales. El indicador global se refiere al aporte del sector cultural productivo al producto interno bruto, definido como el valor agregado generado por el uso de los factores participantes en los procesos de producción y su relación con la producción nacional bruta.

En líneas generales, a nivel sectorial, se hizo un recuento de los principales marcos legales para cada industria y además, se trató de ubicarlas en un contexto histórico; se realizó un análisis de las cadenas productivas abarcando los procesos de creación, producción, distribución y comercialización; se obtuvieron valores para los indicadores de oferta (producción, valor agregado, inversión publicitaria, ventas, empleo, pagos por derechos de autor, exportaciones, importaciones, piratería y estados financieros). Estos indicadores se ubicaron de acuerdo con los tamaños, la nacionalidad de las empresas y el eslabón al que pertenecen.

Para algunos sectores se lograron construir indicadores sobre impuestos y algunos de competitividad y elasticidades, precio, ingreso y nivel educativo.

La demanda se abordó por medio de indicadores de consumo y hábitos en los que se identifica frecuencia, estrato social, nivel educativo, motivaciones, géneros y nacionalidad de los contenidos. Los resultados de este trabajo se encuentran en informes sobre la situación de las industrias culturales en Colombia y Chile, análisis rigurosos de las diferentes cadenas productivas, cálculo de la incidencia de las industrias culturales en el PIB de los países de acuerdo a diferentes escenarios. Pero sobre todo se ha buscado,

## *Economía de la Cultura*

sistematizado e interpretado una información que suele estar fragmentada, para determinar un estado real de la situación de las industrias culturales en algunos de los países del CAB. Una constatación común en el proceso de investigación es que los distintos sectores investigados, al principio fueron bastante reacios a proporcionar o facilitar el acceso a la información. Sin embargo, a medida que se avanzaba en la investigación, los distintos sectores se dieron cuenta del valor que para ellos mismos tenía la información recopilada. Caso especial son los sectores cinematográfico y fonográfico de Colombia que llevaron adelante investigaciones ampliadas de cada uno de ellos, junto con el Ministerio de Cultura, que son dos buenos ejemplos de observaciones sectoriales.

Así resultaron los volúmenes 3 y 4 de la colección.<sup>45</sup>

Para completar el panorama, se hizo la investigación sobre los incentivos fiscales a la cultura y a las industrias culturales en los sistemas jurídicos de los países, con miras a evaluar las fortalezas y debilidades de estos sistemas de estímulo, con propuestas de cambio a futuro.<sup>46</sup>

La investigación sobre las implicaciones del centro histórico de Bogotá, produjo un modelo que permite su aplicación en otras ciudades del continente.

---

<sup>45</sup> Título N° 3: Zuleta, Luis Alberto y Jaramillo, Lino. *Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas*. Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura, Proimágenes en Movimiento. Bogotá, Colombia, 2003.

Título N° 4: Zuleta, Luis Alberto; Jaramillo, Lino y Reina, Mauricio. *Impacto del sector fonográfico en la economía colombiana*. Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura, ASINCOL. Bogotá, Colombia, 2003.

<sup>46</sup> Título N° 5: Castellanos, Gonzalo. *Sistema jurídico de incentivos económicos a la cultura en los países del Convenio Andrés Bello*. Convenio Andrés Bello, Banco Interamericano de Desarrollo. Bogotá, Colombia, 2003.

## *Economía de la Cultura*

Todos estos trabajos han sido publicados por el CAB, conjuntamente con entidades como Ministerios de Cultura, Consejos de la Cultura y las Artes, el BID y el CERLALC, entre otras. Los estudios suelen concluir con recomendaciones de política.

De esa manera la información se ofrece al servicio de un mejor conocimiento de las realidades de la cultura y a la vez mejores oportunidades para la definición de políticas públicas del sector.

Los rumbos actuales del proyecto de Economía y Cultura del CAB.

En la segunda fase se empezaron a incorporar otros temas que iban naciendo de las necesidades y recomendaciones que se desprendían de los avances en los estudios.

Al finalizar el año 2001, tras la publicación del Informe Ejecutivo, que fuera presentado con gran éxito en Lima, en la VI Conferencia Iberoamericana de Cultura, el CAB consideró si lo hecho era suficiente para los países y se terminaba la investigación ahí, o se seguía adelante.

A efectos de los procesos de integración concertados con los países parecía suficiente. Finalmente, se optó por continuar la investigación para no desaprovechar la inercia generada y para poder articular y afianzar más los lazos de integración y el trabajo de acción conjunta; decisión que en mayo de 2002 fue refrendada por la Reunión de Ministros, Viceministros y Directores de Institutos de Cultura de los países del CAB, y por posteriores comisiones técnicas de cultura, en enero de 2003, en noviembre de 2003 y mayo de 2004. Por ello el proyecto continuará por lo menos hasta el año 2008.

Después de la experiencia de la primera fase en la que se realizaron varias mediciones con metodologías distintas, se constató la necesidad de generar una metodología común que partiera de las mismas definiciones e instrumentos de medición y que fuera la plataforma para una medición continua.

## *Economía de la Cultura*

Es así como nace la idea de crear cuentas satélites de cultura concebidas como sistemas de información, confiables, permanentes y comparables para el análisis y la evaluación económica de las actividades culturales, incorporables a las cuentas nacionales que manejan los Departamentos de Estadística Nacionales o los Bancos Centrales de los países.

El sistema se concibió como una prolongación de las herramientas de medición del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) de Naciones Unidas.

Estas cuentas identifican, agrupan y complementan la medición económica de un conjunto de actividades que se encuentran dispersas en el sistema de cuentas nacionales y aplican a este conjunto de actividades los mecanismos de medición de bienes y servicios del SCN: se construyen cuentas de producción y generación del ingreso para los establecimientos culturales y se construyen matrices insumo-producto que permiten un análisis de oferta y demanda desde las relaciones intersectoriales y las relaciones producto-establecimiento. Actualmente esta iniciativa se viene desarrollando en Colombia, desde el año 2002, en un trabajo conjunto entre el Ministerio de Cultura de Colombia, el Departamento Nacional de Estadísticas DANE, el CAB y la Oficina Nacional de Derechos de Autor.

La importancia de estas cuentas ha llevado a los países a interesarse en el tema y, a través del Portafolio de Mejores Prácticas del CAB, durante este año 2004 se ha iniciado el proceso de transferencia en Chile con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Banco Central y, en Cuba, con el Ministerio de Cultura.

La cuenta satélite de cultura de Colombia, a partir de la cual se construyó la metodología y de la cual ya se tienen resultados preliminares, es una experiencia piloto en América Latina. La metodología construida da bases sólidas para cubrir la medición económica de la mayoría los bienes y servicios culturales.

Sin embargo, los marcos de las cuentas satélites son amplios y abren la posibilidad de emprender investigaciones futuras complementarias

## *Economía de la Cultura*

que mejoren la calidad de las mediciones ya realizadas y enriquezcan las formas de medición de los fenómenos particulares de algunas actividades culturales.

En la segunda fase, además de la sistematización de metodologías de investigación y de indicadores económicos, y su directa consecuencia, las cuentas satélite de cultura, se plantearon otros escenarios. La coordinación del Área de Cultura y el equipo de Economía y Cultura no quisieron mirar sólo las industrias culturales, sino mantener una mirada amplia sobre las relaciones entre la cultura y la economía. Se entendió con claridad que muchas actividades del quehacer cultural generan y puedan generar efectos en la economía de los países, sin estar comprendidas entre las industrias culturales.

Valió aquí el termino de “empresas culturales”, entendiendo empresas como cualquier tipo de emprendimiento cultural desde la creación hasta la gestión y preservación. Se analizaron entonces posibles escenarios como el del turismo, el patrimonio cultural, etc. De ahí evoluciona la idea de ensayar la medición de impacto económico y social del patrimonio cultural en los países. Éste era un terreno más nuevo, de gran importancia, que se salía del ámbito de las industrias culturales. Se identificó la necesidad de lograr una medición económica no sólo de monumentos, obras de arte, bienes muebles, museos, sino también ensayar la medición del impacto del patrimonio cultural inmaterial en la cultura, en la economía y en el desarrollo de los lugares y países.

Así en primera instancia se encargaron estudios sobre la posibilidad de construir indicadores de patrimonio para su posterior aplicación. Los expertos en patrimonio cultural y economistas desarrollaron un marco teórico y una propuesta de modelo.

Seguidamente, los economistas diseñaron un modelo económico para medición, que fue aplicado en la ciudad de Bogotá, con la colaboración y recursos del Instituto Distrital (Municipal) de Cultura y Turismo de Bogotá (IDCT) cuyo observatorio de políticas

## *Economía de la Cultura*

culturales urbanas se asoció al proceso del levantamiento de encuestas.<sup>47</sup>

En la segunda fase, se fijaron como nuevas metas la realización de un marco metodológico para la construcción de indicadores sociales y el desarrollo de estudios piloto sobre los impactos sociales de la cultura, la ampliación de la medición a nuevos sectores como las fiestas tradicionales y los centros históricos y la realización de un estudio sobre los sistemas de incentivos económicos a la cultura.

Una línea crucial de investigación, y muy útil, ha sido el estudio minucioso de la presencia de la cultura en los tratados internacionales de libre comercio. La preocupación por las repercusiones sociales de la cultura viene a integrar, de manera decisiva, los estudios de las variables económicas.

El presupuesto teórico que fundamenta esta decisión de investigación es tan sencillo como contundente: los productos de las industrias culturales no son simplemente mercancías. La música o el cine, los libros o la televisión son manifestaciones culturales, que si bien están cada vez más ligadas a relaciones y procesos económicos, tienen un papel central: son fundamentales en la identidad y la diversidad cultural, en el encuentro entre las diferentes culturas (interculturalidad), en los procesos de participación y cohesión social, y en la afirmación y desarrollo de la ciudadanía.

Lo social no es algo complementario o aledaño a las industrias culturales sino su razón más profunda de ser. Varios investigadores latinoamericanos han insistido en el papel que, por ejemplo, tuvo el cine mexicano de la década de 1940 en el desarrollo de la identidad cultural no sólo de ese país sino de otros de la región por los que circularon sus realizaciones cinematográficas.

---

<sup>47</sup> Coincidentemente, la Corporación La Candelaria de Bogotá contrató al CAB para realizar el trabajo en el centro histórico de Bogotá. El resultado de este trabajo es el volumen 6 de la colección de Economía y Cultura.

## *Economía de la Cultura*

La telenovela, el producto cultural latinoamericano, ha sido considerado como un relato con fuertes nexos con matrices culturales muy profundas y a la vez como un revelador de relaciones sociales, deseos y sueños, expectativas y demandas sociales<sup>48</sup>, mientras que la música es sin duda una de las expresiones culturales con mayor fuerza de identificación social, al mismo tiempo que es un ámbito de procesos de apropiación para la elaboración y formulación de nuevos códigos culturales e identitarios.

Para afrontar esta tarea se plantearon dos caminos: el desarrollo conceptual sobre el problema de los indicadores culturales y sociales de la cultura (tema sobre el que trabajan diferentes instituciones en el mundo, como por ejemplo la UNESCO) y la realización de estudios piloto que fueran introduciéndose en el vasto y complejo mundo de las implicaciones sociales de la cultura.

Para llevar a cabo el primero de los propósitos hemos venido desarrollando laboratorios de indicadores sociales en los que preliminarmente han participado representantes de países como Venezuela, Cuba, Chile, Colombia, México, Uruguay y Argentina.

Los laboratorios se han preocupado por las implicaciones sociales de la cultura, dentro de un concepto más amplio y denso de la misma sin restringirlo a las industrias culturales, y también por los indicadores de la gestión pública de la cultura.

Dos temas sobre los cuales ya se han desarrollado interesantes propuestas.

Otros escenarios a estudiar fueron los de consumo cultural, y los de empleo que genera la cultura. Colombia y Venezuela mostraron particular interés por los de consumo cultural.

---

<sup>48</sup> Ver los estudios de Jesús Martín Barbero, Germán Rey, Nora Maziotti, Hermann Herlinghaus, Renato Ortiz, María Inmacolata Vasallo de Lopes, Daniel Mato, Sonia Muñoz y Carlos Monsivais, entre otros.

## *Economía de la Cultura*

De hecho ya en mayo de 2002 el Ministerio de Cultura de Colombia publicó una encuesta de percepción y consumo con resultados sumamente interesantes. Chile por su parte, mostró un interés por el estudio del empleo generado por el sector cultural, que está relacionado con la investigación en dos etapas de la Cartografía Cultural de Chile.

Estas iniciativas están muy vinculadas con la necesidad de desarrollar indicadores sociales para la cultura. Por ello el CAB, junto con algunos países interesados ha venido desarrollando los Laboratorios de Indicadores Sociales, que son coordinados por el Dr. Germán Rey.

El primer laboratorio se realizó en Caracas, en noviembre de 2002. Allí tras un debate de tres días se sentó y delimitó el escenario de trabajo. El segundo laboratorio se realizó en Bogotá, y allí ya se produjeron resultados concretos, y se tiene previsto realizar un tercero en noviembre de 2004, en escenario por definir.

Han estado involucrados en estos laboratorios el equipo de Economía y Cultura del CAB, el del Ministerio de Cultura de Colombia, el de la Unidad de Investigación de la División de Cultura del MEC, hoy Consejo Nacional para la Cultura y la Artes de Chile; el Viceministerio de Cultura y el CONAC de Venezuela, el SIC de CONACULTA, de México, además de expertos invitados de varios sectores, como la oficina del PNUD de Chile.

En el segundo laboratorio, además de los participantes en el primero, se incorporaron especialistas de Cuba. Esta es una línea de investigación que se desea replicar en los demás países del Convenio Andrés Bello pretendiendo además ampliar su campo de estudio incluyendo los demás eslabones de las cadenas productivas de bienes y servicios culturales, convergiendo sin duda con el trabajo adelantado en las cuentas satélites de cultura.

En cuanto a la realización de estudios del efecto económico y social en centros históricos, se realizó una investigación de impacto

## *Economía de la Cultura*

económico del Centro Histórico de Bogotá<sup>49</sup> y actualmente se está realizando un estudio semejante en el Centro Histórico de Cartagena de Indias en Colombia.

En el primero se hizo un recuento de la experiencia internacional sobre el tema de valoración de patrimonio histórico y cultural, las diferentes metodologías utilizadas para su medición, como las que se aproximan a los valores indirectos (externalidades) y a los de no uso como las valoraciones contingentes, de opción, hedonísticas y de existencia.

Posteriormente plantea estrategias de política y los instrumentos principales disponibles para conservar y fortalecer un patrimonio histórico cultural a partir de la experiencia internacional relevante, y finalmente la evaluación del impacto económico a partir de una metodología de valor agregado para una aproximación de oferta.

Para esta evaluación de impacto se realizaron dos encuestas especializadas: una dirigida a los administradores de inmuebles con valor y otra a los administradores de comercios de la zona. Para abarcar la demanda se realizaron encuestas de valoración patrimonial en los hogares de ese barrio de Bogotá.

En el estudio del Centro Histórico de Cartagena de Indias se aplicaron cuatro tipos de encuesta diferentes, pero complementarios, que permiten tener información objetiva sobre el tema de evaluación: encuestas a los hogares sobre su valoración del patrimonio histórico y su uso; entrevistas a la población móvil, especialmente a los turistas; encuestas sobre las actividades económicas principales que se desarrollan en el Centro Histórico, con el fin de evaluar el valor

---

<sup>49</sup> Este estudio se desarrolló por encargo de la Corporación de La Candelaria, unidad del Distrito (Municipio) de Bogotá que regula la administración del centro histórico de la ciudad, trabajo que el CAB encaró como una investigación piloto. Para ello, desarrolló una metodología específica. Ver: *Impacto económico del patrimonio en el Centro histórico de Bogotá*, D.C. CAB. Bogotá, Colombia, 2003.

## *Economía de la Cultura*

agregado que generan; y encuestas a los administradores de inmuebles con valor histórico, de uso público o privado.

En este estudio se introdujeron de manera mucho más explícita los temas sociales y culturales unidos a la valoración económica de los centros históricos, con lo que se puede tener una visión más integral.

Mirando también el patrimonio cultural inmaterial, venimos realizando también un marco metodológico para la medición de los impactos económicos y sociales de las fiestas tradicionales y populares. En este proyecto están vinculados economistas y expertos en patrimonio.

En el estudio se trata de identificar una tipología de las fiestas populares, se definen ámbitos sociales propios de esas manifestaciones culturales y una metodología de medición económica partiendo de los mismos preceptos de aquella aplicada en los centros históricos (incluyendo además nuevos indicadores basados en las metodologías desarrolladas para estudiar el turismo).

Para este proyecto se diseñaron formularios con módulos culturales, económicos y sociales dirigidos a los operadores de las fiestas, a las instituciones culturales encargadas del patrimonio y a expertos en el tema.

El estudio de la participación de la cultura en los tratados de libre comercio ha sido otra de las preocupaciones del proyecto de Economía y Cultura del CAB. Muchos temas fundamentales de las industrias culturales y en general de la cultura de nuestros países se juegan hoy no en escenarios específicamente culturales, sino sobre todo en instancias económicas y comerciales.

Un lugar central de estas decisiones es el de las negociaciones de libre comercio. La Organización Mundial de Comercio, OMC (WTO), el ALCA aún con sus dificultades y tropiezos, y los tratados bilaterales de libre comercio (TLC) con Estados Unidos y la Unión Europea, son lugares de debates, confrontaciones entre países ricos y países pobres, y sobre todo de decisiones que afectan directamente

## *Economía de la Cultura*

los procesos de creación, circulación y apropiación social de la cultura.

Esta línea de investigación se siguió como la confluencia natural de dos tendencias. Por un lado, la del análisis del escenario de las industrias culturales que, como ya se dijo, es cada vez más global e interrelacionado. Por otra parte, la misión institucional del Convenio Andrés Bello de estimular los procesos de integración y, por ende, la necesidad de estudiar y analizar todos estos procesos y todos aquellos que puedan afectar negativamente a la integración.

Era por tanto imprescindible que dados esos dos escenarios, el CAB se aproximara a estudiar y analizar los Tratados de Libre Comercio bilaterales y multilaterales, como los del ALCA y la OMC, identificando los escenarios en que se trata directa o indirectamente a la cultura y los posibles efectos en ella en general, y en las industrias culturales y derechos culturales en particular.

El documento de esta investigación se entregó a las máximas autoridades de cultura de los países del CAB y sus delegados, reunidos en Comisión Técnica, el 20 de noviembre de 2003.

Posteriormente se produjo el documento *Diez preguntas sencillas sobre temas complejos*.<sup>50</sup>

Desperdigada en las diversas áreas de las negociaciones, la cultura se negocia en los temas de acceso a mercados, servicios, correo electrónico, compras del Estado, competencia, inversiones y sobre todo en el complicado capítulo de la propiedad intelectual y los derechos de autor. Asuntos como la relación entre derechos individuales y derechos colectivos, el copyright, el rumbo del

---

<sup>50</sup> Ver: Rey, Germán (coordinador), Reina, Mauricio y Castellanos, Gonzalo. “*Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio*”. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003. Rey, Germán. “*Diez preguntas sencillas sobre diez asuntos complejos*”. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2004. La primera de estas publicaciones fue de circulación restringida y se ha distribuido gratuitamente en numerosos escenarios. Ambas publicaciones están incorporadas en su integridad en la página electrónica de la entidad: [www.cab.int.co](http://www.cab.int.co).

## *Economía de la Cultura*

conocimiento tradicional, los derechos de autor en el contexto digital, la complementariedad entre el respeto a la titularidad de los derechos de autor y el derecho a un acceso equitativo a la información y los conocimientos, la cuota de pantalla de cine y televisión, la situación de los intérpretes musicales, la posibilidad de crear fondos de financiación de las industrias culturales y la cooperación audiovisual, son todos temas que están a la orden del día de los procesos de negociación de los tratados de libre comercio.

Para socializar esta información el CAB ha organizado varios eventos. El primero, con la Universidad Andina Simón Bolívar y el Ministerio de Educación de Ecuador, en Quito, el 4 de marzo de 2004. El 19 de mayo, en Cartagena de Indias, Colombia, se realizó el foro *Identidad cultural, educación y tratados de libre comercio*,<sup>51</sup> con la participación de expertos de México, Chile, Colombia, funcionarios de la Comunidad Andina de Naciones y seis ministros de Educación de los países del CAB. Al cabo del foro se suscribió la Declaración de Cartagena, con enunciados y decisiones relativas a los resultados de la investigación.

El 9 de agosto se realizó otro foro semejante en Lima, Perú, en el marco del Festival Internacional de Cine de Lima, con participación de representantes de la coalición por la diversidad de Perú. Hay que decir que con tiempo otros países se han asociado a la investigación, como Cuba, que ya lleva un año de trabajo, y ahora Bolivia,<sup>52</sup> en virtud de un convenio suscrito recientemente.

---

<sup>51</sup> En esta oportunidad, el CAB introdujo también en el debate los efectos de los tratados de libre comercio en la educación y en la ciencia, la tecnología y la biodiversidad.

<sup>52</sup> La investigación del equipo boliviano se inició en octubre de 2004 y el informe se entregó en junio de 2005. La publicación del trabajo, volumen 12 de la colección, se hizo en octubre de 2005.

## *Economía de la Cultura*

Se está negociando el desarrollo de la investigación en Panamá.<sup>53</sup> Perú se ha reincorporado al proceso de trabajo. Por su parte Costa Rica, así como los países centroamericanos reunidos en la CECC, ha mostrado un interés muy especial en también desarrollar la investigación con la eventual asistencia técnica del CAB.

En estos casos, según los intereses de cada país, se están trabajando los escenarios de la fase 1 y 2 simultáneamente. En forma paralela, tanto el Área de Cultura como el equipo de Economía y Cultura del CAB han estado siguiendo lo que sucede en otros escenarios.

Se ha tenido contacto constante, particularmente con el equipo de investigación de las industrias culturales del MERCOSUR, y ha participado como observador en la primera reunión de trabajo, en septiembre de 2001 en Buenos Aires, y en la reunión de expertos en Industrias Culturales del MERCOSUR, en Río de Janeiro, en noviembre de 2002. Más recientemente, en junio del año en curso, en el marco de la transferencia de la cuenta satélite de cultura de Colombia a Chile, facilitada por el CAB, se realizó un taller de Economía y Cultura en Santiago de Chile, que congregó a especialistas del MERCOSUR y a observadores de otros ámbitos.

Todo este itinerario se ha podido construir por la participación activa de las autoridades de cultura de los países, los creadores y gestores culturales, los gremios de la cultura y los investigadores en el campo de la cultura. Es un itinerario que reconoce la importancia de las relaciones entre la economía y la cultura.

Unas relaciones que más allá de importaciones y exportaciones, de ventas y de utilidades, está mostrando el rostro de nuestros países en uno de sus contornos más preciados: el de la fiesta de la creación, el del intercambio de aquellos significados simbólicos, que le dan sentido a nuestra existencia como sociedades y como seres humanos.

---

<sup>53</sup> El CAB y el INAC de Panamá suscribieron en septiembre de 2005 el convenio para el desarrollo de la investigación en ese país entre octubre de 2005 y junio de 2006.

## *Economía de la Cultura*

Aspecto verdaderamente destacable en este panorama es que todos estos procesos se han dado desde la institucionalidad cultural de los países que experimentan la necesidad de construir adecuadas políticas culturales, o cuya sociedad demanda a los gobiernos la definición de políticas culturales. En la mayoría de los casos son escenarios mixtos.

Asimismo, es notable constatar que la gran ausente en este escenario es la academia. Esto no es porque no haya académicos o investigadores de la cultura trabajando sobre el tema. Es porque en las universidades, en general, no parece haber una percepción clara acerca de las inquietudes y necesidades de los países. Para superar esta situación, el CAB ha logrado estructurar un acuerdo con la institucionalidad de cultura de los países miembros, según el cual las autoridades se comprometen a involucrar al menos una facultad universitaria de Economía por año en los próximos cuatro años, en el proceso de la docencia e investigación sobre la relaciones de economía y cultura. Esto implica que para finales de 2008 debería haber cuarenta facultades de Economía en las cuales se estén desarrollando tesis de grado, se estén realizando investigaciones o se estén impartiendo cátedras sobre economía y cultura, tanto a nivel de pregrado como de posgrado. El CAB por su parte propone la creación de una colección temática para la publicación de estas investigaciones, habida cuenta de su calidad intrínseca.

Pensamos que esto contribuirá a ampliar el panorama de la información sobre el sector cultural desde la mirada económica, ya sea a través de estudios de caso, puntuales, o de miradas sectoriales. Al final podrá construirse, esperamos, un sistema de información económica de la cultura.

## ANEXO

Lista de publicaciones del CAB sobre economía y cultura.<sup>54</sup>

*Economía y Cultura. La tercera cara de la moneda. Memorias.* Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2001. 320 páginas.

*El aporte a la economía de las industrias culturales en los países andinos y Chile: Realidad y políticas.* Estudio realizado en Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela. INFORME EJECUTIVO DEL PROYECTO ECONOMÍA & CULTURA DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO. Bogotá, Colombia, 2001. 36 páginas.

*Economía & Cultura. Segunda Fase, 2002-2003.* CONVENIO ANDRÉS BELLO. Bogotá, Colombia, 2002. 8 páginas.

Colección Economía & Cultura:

*Impacto económico de las industrias culturales en Colombia.* Ministerio de Cultura de Colombia, Equipo Economía y Cultura. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 258 páginas.

*Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles.* División de Cultura de Ministerio de Educación de Chile y Universidad de ARCIS. Banco Interamericano de Desarrollo. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 102 páginas.

*Impacto del sector fonográfico en la economía colombiana.* Autores: Luis Alberto Zuleta y Lino Jaramillo. Ministerio de Cultura, ASINCOL. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 200 páginas.

---

<sup>54</sup> Todas estas publicaciones están disponibles, en su integridad, en el subportal ECONOMÍA & CULTURA de la página electrónica de la entidad en la red: [www.cab.int.co](http://www.cab.int.co)

## *Economía de la Cultura*

*Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas.* Autores: Luis Alberto Zuleta, Lino Jaramillo y Mauricio Reina. Ministerio de Cultura, Proimágenes en movimiento, Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 178 páginas.

*Sistema jurídico de incentivos económicos a la cultura en los países del Convenio Andrés Bello.* Autor: Gonzalo Castellanos Valenzuela. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 110 páginas.

*Impacto económico del patrimonio del centro histórico de Bogotá, D.C.* Autores: Luis Alberto Zuleta J. y Lino Jaramillo. Banco Interamericano de Desarrollo. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, 2003. 94 páginas.

*Los trabajadores del sector cultural en Chile. Estudio de caracterización.* Autor: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. Bogotá. Colombia. 2004.<sup>55</sup>

*La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social.* Autores: Luis Alberto Zuleta, Lino Jaramillo, Olga Pizano y Germán Rey. Bogotá. Colombia. 2004.

*Entre la champeta y la pared. El futuro económico y cultural de la industria discográfica de Cartagena.* Autores: Carmen Abril y Mauricio Soto. Cartagena, Colombia. Bogotá. Colombia. 2004.

*La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB.* Autores: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Yesenia Medina y Yolanda Quintero Aguilar. Caracas, Venezuela. Bogotá. Colombia. 2005.

---

<sup>55</sup> Los títulos 7, 8 y 9 de la colección se han publicado entre octubre y noviembre de 2004, habiéndose hecho las presentaciones respectivas en diciembre de ese año. El título 10 se publicó en abril, el 11 en junio, el 12 en octubre y el 13 en noviembre de 2005, con presentaciones previstas para diciembre 2005 para los volúmenes 12 y 13.

## *Economía de la Cultura*

*Impacto económico de la cultura en Perú.* Autor: Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Bogotá. Colombia. 2005.

*Dinámica Económica de la Cultura en Bolivia.* Eduardo López, Érick Torrico, Alejandra Baldivia. Viceministerio de Cultura de Bolivia y CAB. Bogotá, Colombia, 2005.

*Cartagena de Indias. Estudio del impacto económico de su centro histórico.* Luis Alberto Zuleta y Lino Jaramillo. Corporación del Centro Histórico de Cartagena y CAB. Bogotá, Colombia. 2005.

Otros títulos resultantes de las investigaciones del Proyecto:

- *Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados internacionales de libre comercio.* Germán Rey, coordinador, Mauricio Reina y Gonzalo Castellanos. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, noviembre de 2003. (Documento de trabajo de circulación restringida).

- *La cultura en los tratados de libre comercio y el ALCA. Diez preguntas sencillas sobre diez asuntos complejos.*<sup>56</sup> Autor: Germán Rey Beltrán. Colección: PAPELES CAB. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia, mayo de 2004.

Segundo seminario *Economía y Cultura. La tercera cara de la moneda. Memorias.* Montevideo, diciembre de 2004. Convenio Andrés Bello, INTAL, ALADI, Intendencia de Montevideo. Bogotá, Colombia, 2005. (En prensa, se estima estará disponible en diciembre 2005).

---

<sup>56</sup> Esta obra forma parte de la Colección PAPELES CAB.



## ***El problema del financiamiento de la cultura***

**Sandra Rapetti** – Universidad de la República – Uruguay

Dentro de las perspectivas sobre la economía y la cultura, voy a presentar el modelo de Baumol y Bowen, que es un modelo muy interesante. Este modelo se refiere a cierta parte de la cultura (yo no voy a definir cultura; ningún economista quiere hacerlo): trata de los espectáculos en vivo, de las organizaciones que trabajan en el área de los espectáculos en vivo, de las artes escénicas, y plantea los problemas que tienen ¿Por qué me parece que es interesante conocerlo?

Para quien trabaja desde la economía –especialmente si es convocado con el objetivo de buscar financiamiento para proyectos culturales–, manejar este conocimiento sobre el comportamiento de este sector específico es muy importante. Los gestores culturales también deben conocer la especificidad del área. Y otra razón es que la misma en nuestros países latinos ha sido muy poco investigada, casi nada (los animo a que exploren en ese sentido).

Dentro de los espectáculos en vivo, artes escénicas o artes del espectáculo, los estudios incluyen, por ejemplo: teatro, orquesta sinfónica, danza, ópera, danza moderna, ballet. En general las estructuras de los espectáculos en vivo son bastante similares de un país a otro. Las organizaciones más complejas –por la cantidad de personal y por el presupuesto que manejan– son las óperas, luego la orquesta sinfónica, el teatro y el ballet. Otra característica de este sector es que por lo general los ingresos que se obtienen por la venta de servicios, o sea por la venta de entradas, no son suficientes para cubrir los costos (esto es lo que van a estudiar Baumol y Bowen). Siempre hay excepciones: el teatro a veces escapa de esta ley, y ha

podido desarrollar en algunas ocasiones, en algunos casos, algunas áreas rentables. Otra de las características es que tienen, como decía Lluís Bonet<sup>57</sup>, un alto costo de producción. Tienen rigidez tecnológica: los cambios tecnológicos, que pueden aumentar la productividad del trabajador en general, no se verifican en este sector; así se llega al problema que ha recibido el nombre de “síndrome de costos” o “enfermedad de costos” –el dilema económico de los espectáculos en vivo, que intenta explicar por qué los costos de las producciones en ese sector progresan a un ritmo superior al de los bienes industriales típicos–.¿Por qué sucede esto?

En general sucede por las características de la función de producción del sector. Es un sector artesanal, tiene dificultades para incorporar innovaciones tecnológicas, y si de alguna forma se intenta modificar esto probablemente se modifique la calidad del producto final –la calidad de la obra de teatro o la calidad de la música–.Volviendo entonces a nuestro tema principal, el trabajo que se considera como seminal en relación con el dilema económico del espectáculo en vivo es el de Baumol y Bowen. Hay algunos trabajos anteriores, pero éste marca para los economistas una especie de hito: a partir del mismo se empieza a ver este sector como algo especial, algo distinto al resto de los sectores económicos, porque es difícil de explicar por qué un sector que no genera los suficientes ingresos para financiarse sigue funcionando, cómo logra superar este dilema. Así se empieza hablar del tema del financiamiento de la cultura.

### **Aspectos fundamentales del modelo de Baumol y Bowen**

El modelo de Baumol y Bowen plantea dos sectores que existirían dentro de la economía y los compara:

- El primer sector es el arcaico, que no genera mejoras en la productividad.

---

<sup>57</sup> Ver ponencia.

## *Economía de la Cultura*

- El segundo sector es el progresista, donde hay innovaciones, donde hay economías de escala, donde hay incrementos en la productividad.

El espectáculo en vivo pertenece al sector arcaico; aquí el trabajo es un fin en sí mismo, no se pueden sustituir sus características sin afectar el producto. Por otro lado, los costos de este tipo de espectáculo crecen en relación a los de la economía en su conjunto.

Estos economistas buscan una explicación para este fenómeno: dicen que los incrementos salariales en el arte siguen la tendencia del sector progresista, o sea acompañan al sector progresista. Pero en él los aumentos salariales responden a incrementos en la productividad –incrementos que no se dan en el sector tradicional–. Por lo tanto, en el arte los salarios suben y aumentan los costos, pero no aumenta la productividad. Baumol y Bowen dicen que si este aumento de costos se traslada a los precios –o sea, aumentan los precios en las entradas– la demanda disminuye. Uno de los supuestos que manejan en el modelo (los economistas sabemos que siempre nos manejamos con un montón de supuestos) es que la demanda de espectáculos en vivo es elástica: si aumentan los precios, va a bajar la demanda.

Algunas de estas hipótesis serán cuestionadas.

Baumol y Bowen proponen su modelo pero también empiezan a buscar evidencia histórica que lo respalde. Vamos a dar algunos ejemplos de ellos mismos y otros de otros economistas que han trabajado al respecto. La evidencia empírica para Estados Unidos, para Inglaterra y Australia corrobora el modelo. Algunas de estas investigaciones son bastantes antiguas; he tratado de incorporar otras más actualizadas.

**Evidencia empírica de la Ley de Baumol**

<b>Fuente, período y localidad</b>	<b>Instituciones</b>	<b>Resultados</b>
Baumol-Bowen (1966) 1771-1776 1963-1964 Londres	Drury Lane Theatre Royal Shakespeare Theatre	En dos siglos: el costo de representación se multiplicó por 13.6. el índice gral. de precios por 6.2.
ídem. 1843-1964 Nueva York	New York Philharmonic Orchestra	Precio de la entrada: +2.5 por año. Índice gral. de precios: +1.0 por año.
Ídem. Desde 1945 Nueva York y otras ciudades de los EE.UU.	23 orquestas 3 óperas 1 Cía. de ballet varios teatros (incluyendo Broadway)	Cada aumento del costo del espectáculo es superior al incremento general de precios.
Ídem. Desde 1945 Londres	Covent Garden Britain's Royal Shakespeare.	Ídem.
Throsby, Whitters (1979) 1964-1978 Australia	Teatros Óperas Orquestas Ballets	Aumento de costos cada vez mayor en relación con los ingresos (globalmente y por entrada vendida).
Leroy (1980) 1860-1950, Lille 1876-1970, París 1871-1965, París 1882-1964, París 1860-1965, París	Ópera Ópera Teatros de París Comedia francesa Soc. de Conciertos de Conservatorios	Tasa anual de aumento de gastos superior al incremento del índice gral. de precios. Ley verificada salvo en los períodos de inflación y de guerra.
Baumol y Baumol (1984)	American Simphony Orchestra League	Con relación al nivel general, el costo

## Economía de la Cultura

1974-1983 Varias ciudades de EE.UU	Theatre Communications Group	aumentó un 1% al año para los teatros y en el caso de las orquestas un 0.9%.
New York State Attorney General's Office Estadísticas del teatro de Broadway y de Off-Broadway. Once temporadas entre 1972 y 1983 (Vogel, p. 382)	948 shows (se excluyen los prominentemente exitosos)	Pérdida de 66 millones de dólares sobre una capitalización de 267 millones de dólares. No hubo una sola temporada en la cual en el agregado se generaran beneficios.
Rosenberg and Harsburg (1993, p.14)	Musicales de Broadway de 1945 a 1990	En el 76% no se recupera la inversión de los productores <sup>58</sup> .
Mader (2001) 1969 a 1984	20 Teatros austríacos	Producto por trabajador cae (en 1969 el número promedio de espectáculo por trabajador es de 0.927, en 1984 fue de 0.902). En 1969 el número promedio de espectadores por trabajador fue 663 espectadores y en 1984 fue 569. Gastos: en 1984, fueron 4.66 más altos que en 1969. Ingresos: en 1984 fueron 3.82 veces más altos que en 1969.

FUENTE: F. Benhamou (1997) y Mokre (2001)

<sup>58</sup> A pesar de estos datos, en ocasiones ocurren éxitos en Broadway, en general cuando las ventas de televisión por cable, cine, grabaciones y otros derechos se incluyen. Por ejemplo *Cats* se ha convertido en la producción más rentable a la fecha en América del Norte; otros casos son *La Bella y la Bestia*, o *Hello Dolly* (Vogel).

Vemos que Baumol y Bowen comparan los costos de dos teatros en Londres y encuentran que en dos siglos el costo de la representación se multiplica 13,6 veces mientras que el índice general de precios se multiplica por 6,2. Hay un desfase claro, los costos de esos teatros aumentaron mucho más que el índice general de precios. También en el estudio hecho sobre orquestas, ópera y compañías de ballet encuentran que cada aumento de costo del espectáculo es superior al incremento general en los precios.

En el estudio más reciente –entre el ‘69 y el ‘84–, sobre veinte teatros de Austria aparece algo muy interesante: el producto por trabajador cae, disminuye el número promedio de espectáculos por trabajador y lo mismo ocurre con el número de espectadores por trabajador. Además, el incremento de los gastos fue en ese período mayor que el de los ingresos.

### **Algunos cuestionamientos**

Si bien los estudios anteriores corroboran el modelo, desde distintas perspectivas también se le ha realizado una serie de objeciones:

- Se cuestiona la afirmación de que los salarios en el sector de los espectáculos en vivo sigan la misma tendencia del resto de los sectores económicos. Se señala que a partir de la Segunda Guerra mundial, los salarios medios del espectáculo en vivo crecen más lentamente que en el resto de la economía.
- Otra de las hipótesis que se discute es la de la elasticidad de la demanda con respecto del precio. Baumol y Bowen decían que si aumentan los precios baja la demanda de este tipo de espectáculos. En muchas investigaciones se encontró que esto no sucede: aumentan los precios y no hay grandes alteraciones en la demanda. Como señaló Lluís Bonet<sup>59</sup>, a veces se verifica que en la población más joven o en la población con ingresos más bajos, sí puede llegar a tener algún tipo de consecuencia el aumento de

---

<sup>59</sup> Ver ponencia.

precio, pero en general aumentan los precios de los espectáculos en vivo y la demanda no sufre demasiadas alteraciones.

- Además se les critica que no tomen en cuenta algunos elementos por los cuales se podría sustituir este déficit financiero por un déficit artístico. ¿Qué quiere decir esto? Hay un mecanismo por el cual las asociaciones culturales pueden tratar de disminuir su costo. Por ejemplo: un mismo actor puede interpretar varios roles, o se pueden reutilizar escenografía y vestuarios, reducir el número de ensayos o elegir cierto tipo de obras más convencionales, que impliquen menores costos que otras. O sea, habría algunos analgésicos a esta “enfermedad de costos”, como la plantean Baumol y Bowen. También se dice que puede haber ciertas economías de escala dentro del sector –a veces ha bajado el tamaño de los elencos–. Otra de las formas de trabajar es que se han incrementado las organizaciones sin fines de lucro, o los grupos que trabajan en forma cooperativa<sup>60</sup>.
- También se señala que hay algunos cambios tecnológicos que han podido influir, por ejemplo automatizaciones, varios escenarios simultáneos, algún tipo de mejoras acústicas. Pero en general implican una gran inversión y sustitución de mano de obra.

## **El financiamiento**

Ante la pregunta sobre cómo se han financiado esas organizaciones, estos autores trabajan con los concepto de “ingreso ganado” y de “ingreso no ganado” y con el concepto de “brecha de ingresos”:

Por un lado tenemos los gastos que implica una obra de teatro o una obra musical y por el otro lado tenemos los ingresos que se obtienen por la venta de entradas. Baumol y Bowen sostienen que dichos

---

<sup>60</sup> Según los estudios que hicimos en Uruguay en este sector hay muchas cooperativas trabajando, especialmente en el teatro independiente. Es una forma de disminuir el costo salarial de los actores y de muchos técnicos. Si luego hay algún tipo de beneficio se reparte entre ellos, pero no se tiene tanto costo implícito.

gastos son bastante superiores a estos ingresos; a esta diferencia la llaman “brecha de ingreso”. Esa brecha de alguna forma hay que cubrirla, y se cubre por lo que ellos llaman “ingresos no ganados”, que son los que se obtienen por otras fuentes de financiamiento diferentes a la venta de entradas, o a la venta de algún tipo de servicio: patrocinios, subsidios estatales. Baumol y Bowen empiezan a investigar qué sucede con la brecha y encuentran que desde el ‘60 se empezó a incrementar. Otros economistas hacen otras investigaciones; y hay cierto debate sobre si se incrementó o no y en cuánto. Lo que me parece más interesante es que efectivamente esa brecha existe.

A continuación se exhiben los datos de una investigación que compara esa brecha en algunos períodos de las décadas del ‘60 y el ‘70, para distintos tipos de organizaciones: compañías de teatro, de ópera, orquestas sinfónicas, compañías de danza moderna y de ballet.

**Evolución del tamaño del “earning gap”**

	FORD FOUNDATION			SHWARZ Y PETERS		
	Tamaño de la muestra	Porcentaje		Tamaño de la muestra	Porcentaje	
		1965-66	1970-71		1969-70	1978-79
<b>Cías. de Teatro</b>	27	28,4	33,8	18	39,6	30,8
<b>Cías. de Opera</b>						
Incluyendo	31	35,5	32,1	21	38,6	41,6
Met. Opera						
Excluyendo	30	41,8	42,8	20	40,8	48,9
Met. Opera						
<b>Orquestas Sinfónicas</b>	91	37,4	49,4	31	52,4	51,4
<b>Cías. de Ballet</b>	9	42,6	38,7	8	44,9	35,8
<b>Cías. de Danza Moderna</b>	8	35,4	29,3	13	42,3	36,8
<b>Agregado</b>						
Incluyendo	166	35,4	42	91	46,4	45,5
Met. Opera						
Excluyendo	165	37,3	44,9			
Met. Opera						

Fuente: The Finances of the Performing Arts, Vol. 1. Growth of Arts and Cultural Organizations In the Decade of the 1970s, Samuel Schwarz y Mary Peters, NEA, 1983, citado en Heilbrun and Gray.

Nota: Brecha de ganancias relativa = (gastos-ingreso ganado) / gastos

Por ejemplo, el cuadro nos muestra que en veintisiete compañías de teatro la brecha de ingresos era del 28%. O sea, el 28% del gasto no se podía llegar a financiar por la venta de entradas. Luego esa brecha se incrementa un poco. En otro tipo de actividades la brecha es mayor, por ejemplo en la ópera o en las compañías de ballet.

¿Cómo se financian entonces las actividades; cuáles pueden ser las fuentes de recursos?

**Fuentes de financiamiento de espectáculos en vivo**

		Espectáculos en vivo				
	Fuentes de financiación	Compañías de Teatro	Óperas (excepto la Metropolitan Opera)	Orquestas sinfónicas	Compañías de danza	Todas
no	Ingresos provenientes del gobierno <sup>61</sup>	13%	10%	15%	11%	13%
	Ingresos provenientes de patrocinio, mecenazgo, fondos, etc. <sup>62</sup>	26%	41%	40%	34%	37%
Ingresos ganados	Venta de entradas	52%	40%	30%	27%	35%
	Venta de servicios	2%	5%	9%	19%	9%
	Grabaciones, radio, televisión, filmes	-	-	2%	2%	2%
	Ingresos ganados de otras fuentes <sup>63</sup>	7%	3%	5%	6%	5%
	Número de organizaciones incluidas	31	28	78	15	152

Traducido de Vogel, Harold. *Entertainment Industry economics. A guide for financial analysis*, Cambridge University Press, United Kingdom, 1998. (p. 289).

Nota: Los valores indican % del ingreso total. No necesariamente suman 100% por redondeos.

<sup>61</sup> Incluye fondos del gobierno y de “grants” del gobierno.

<sup>62</sup> Ingresos provenientes de mecenazgo de empresas, individuos, fundaciones, fondos específicos.

<sup>63</sup> Incluye ingresos de actuaciones ofrecidas a escuelas, ingresos provenientes de concesiones, publicidad en los programas, alquiler de espacios, etc.

## *Economía de la Cultura*

Por un lado hay ingresos ganados –la venta de entradas, la venta de servicios– e ingresos no ganados –fondos que provienen del Estado con financiación directa o indirecta, apoyos privados, que puede ser de empresas, de fundaciones o también de individuos–.

Si calculamos la diferencia entre ingresos no ganados e ingresos ganados, vemos por ejemplo en el caso del teatro que el gobierno aporta un 13% (estamos hablando de EE.UU.), y el patrocinio sostiene un 26%. O sea que los ingresos no ganados son cerca del 39% de los ingresos.

Este estudio es un poco posterior al de la brecha de ingresos; con la venta de entradas sostiene casi la mitad de los ingresos del teatro, y por otro lado hay ingresos por la venta de derechos a televisión y radio y algunos otros.

La danza se comporta bastante diferente al teatro: el 11% de los ingresos proviene del gobierno, un 34% proviene del patrocinio y la venta de entradas sólo cubre un 27%, pero se venden otros servicios, principalmente servicios de índole educativa –visitas de escuelas– o algún otro tipo que se vuelve importante en el financiamiento. Lo interesante es lo que representa aquí el patrocinio, o en el caso de orquestas sinfónicas o la ópera: entre el 40 y 41%. El patrocinio en este caso no es solamente de empresas, en general es una mezcla del aporte de personas. En EE.UU. son muy importantes las donaciones individuales, de fundaciones y de empresas. En un estudio más reciente que a mí me parece muy interesante se toman cinco años, del '98 al 2002, y lo que se ve es que entre esos años los gastos de los teatros aumentaron un 37% (esto sobre una muestra de 190 teatros), mientras que los ingresos aumentaron un 28%. Nuevamente la tendencia en los gastos es a incrementarse más que los ingresos.

**Teatros sin fines de lucro de Estados Unidos: Fuentes de financiamiento (en % de los ingresos)<sup>64</sup>**

	1998	1999	2000	2001	2002
Ingresos ganados	59%	60%	57%	57%	56%
Ingresos no ganados o contribuciones	41%	40%	43%	43%	44%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Theatre Facts 2002.

Teatros sin fines de lucro de Estados Unidos: ingreso ganado en % del presupuesto, año 2002

Fuentes de financiamiento:	%
Venta de entradas por suscripciones	20%
Ventas de entradas individuales	27%
Contratos presentaciones	1%
Ingresos por servicios educativos	2%
Royalties	1%
Concesiones	1%
Otros	5%
TOTAL	57%

Fuente: Theatre Facts 2002.

---

<sup>64</sup> Datos provenientes de una muestra de 190 teatros sin fines de lucro

**Teatros sin fines de lucro de Estados Unidos: Ingresos no ganado en % del presupuesto, año 2002**

Fuentes de financiamiento	%
Gobierno Federal	1%
Estado nacional	2%
County/City	2%
Empresas	5%
Fundaciones	9%
Trastees	5%
Individuos	13%
Eventos de fund raising	3%
Donaciones de servicios en especies	2%
Otros	1%
<b>TOTAL</b>	<b>43%</b>

Fuente: Theatre Facts 2002.

(Se preguntarán por qué sólo vemos datos de EE.UU.: al final vamos a ver datos de algunas investigaciones que pudimos hacer en Uruguay; pero ésta es un área para investigar en otros países, porque hay muy poco visto al respecto). Siguiendo con este ejemplo, la mitad de los teatros estudiados finalizó el 2002 con déficit, aunque si en el agregado consideramos todos los teatros no hubo déficit.

Para su financiación de vuelta tenemos la combinación entre ingresos ganados e ingresos no ganados: los no ganados son el 44% y los ganados un poco más de la mitad de los ingresos. En el caso de estos últimos vemos una gran diversificación, por ejemplo ventas de entradas por subscripciones, ventas de entradas individuales y otro tipo de ingresos, como presentaciones o servicios educativos. De esta manera formamos el 56% de ingresos ganados.

## *Economía de la Cultura*

Los ingresos no ganados se componen de aportes del gobierno federal, del estado nacional, y de la ciudad. El financiamiento público es sólo el 5% del total. El resto de las fuentes de financiamiento representa un espectro bastante amplio y diversificado.

### **Financiamiento del Espectáculo en vivo sin fines de lucro en Estados Unidos y Europa Occidental en los '70 (como porcentaje del ingreso total)**

	Años	Ingresos ganados	Ingresos no ganados				Total
			Estado Nacional	Estado Federal	Apoyo privado	Otros	
<b>Austria</b> Ópera y Teatro sin fines de lucro	1973	23.2%	55.8%	20.8%	0.2%	---	100%
<b>Francia</b> Público / Sin fines de lucro	1973	31.9%	41.7%	26.5%	---	---	100%
<b>Alemania</b> Sin fines de lucro	1973/74	17.8%	0.3%	80.5%	0.5%	1% <sup>65</sup>	100%
<b>Holanda</b> ▪ Teatro sin fines de lucro ▪ Otros sin fines de lucro	1972/73	20.8%	38.7%	34.5%	6.1%	---	100%
	1972	13%	59.6%	29.4%	---	---	100%
<b>Suecia</b> Sin fines de lucro	1974/75	10.5%	64.7%	24.8%	---	---	100%
<b>EE.UU.</b> Sin fines de lucro	1970/71	54%	2%	2.9%	34.8%	6.3% <sup>66</sup>	100%

<sup>65</sup> Transferencias de National Endowment for the Arts y otros.

<sup>66</sup> Subsidios provenientes de la radio, televisión, loterías y otras fuentes públicas.

## *Economía de la Cultura*

Fuente: J. M. Montías, "Public Support for the performing arts in Europe and the United States", en P. J. DiMaggio, *Nonprofit Enterprise in the Arts*, Yale University, 1986.

Ahora volvemos hacia el pasado: ¿Qué sucedía en otros países con el financiamiento del espectáculo en vivo?

Encontramos por ejemplo que en Francia el 32% del financiamiento proviene del ingreso ganado, el resto del Estado nacional o del Estado federal, o sea un gran aporte público.

En Alemania el ingreso es del 18% y el resto del financiamiento viene principalmente del Estado federal –no del nacional–.

En Estados Unidos la mitad de los ingresos son ganados, del Estado nacional y federal sólo hay un 5%, pero sí se ve un muy importante apoyo privado.

Como vemos, hay distintos esquemas de financiamiento, distintas combinaciones, detrás de las cuales por supuesto hay diferentes políticas culturales implícitas, distintos modelos de apoyo a la cultura: el modelo francés, muy intervencionista, donde el Estado participa de la financiación; el modelo anglosajón que se basa en el estímulo a la inversión privada, y un papel secundario del Estado.

**Financiamiento Público del Arte en países seleccionados**  
(dólares per cápita)

País	Año	Financiamiento público (dólares per cápita)			Año	Dólar per cápita	% gasto públi co	% respecto del PBI
		Directo (dólares)	Indirecto (dólares)	Total				
Estados Unidos	1983/ 84	3	10	13	1994	3.3	0.05	0.02
Canadá	1981/ 82	32	Pequeño	32+				
Alemania	1982	27	Pequeño	27+	1994	39	0.79	0.21
Francia	1983	32	Muy Pequeño	32+	1994	35	0.77	0.29
Gran Bretaña	1983/ 84	9.6	0.40	10				
Italia	1983/ 84	14	Muy pequeño	14+				
Holanda	1984	29	Muy Pequeño	29+	1994	33.5	0.45	0.23
Suecia	1983/ 84	35	0	35	1994	45	0.42	0.24

Fuentes: J. M. Shuster, "Supporting the Arts: An International Comparative Study", en Heilbrun, J. y Gray C. *The economics of art and culture*. Cambridge University Press, 1993. Throsby (1994) The production and consumption of arts, *Journal of Economic Literature*.

En este cuadro se compara el aporte del Estado per cápita a la cultura. Vemos que hay un rango de entre 3 dólares y 35 dólares, según el país, según sus políticas. Veremos ahora algunos datos más, para pensar si no hay modelos de financiamientos diferentes que se han aplicado en nuestro país y en otros países. Son los resultados de investigaciones que hemos realizado en Uruguay sobre organizaciones culturales que realizan actividades sin fines de lucro en el área de los espectáculos en vivo.

Trabajamos en 4 ciudades del Uruguay: Montevideo, Colonia, Salto –ciudad que recibe mucho turismo por las termas–, y Maldonado –la ciudad que brinda servicios a Punta del Este–.

## *Economía de la Cultura*

En total hemos trabajado con 200 organizaciones culturales de estas ciudades; de ellas, las que trabajan con espectáculos en vivo son aproximadamente la mitad. Los datos siguientes entonces son de esas 100 organizaciones culturales que trabajan con espectáculos en vivo.

Nuestra investigación abarcaba varias dimensiones: mecanismos de gestión, trabajo en redes, personas que trabajan con las organizaciones, mecanismos de comunicación, y también el financiamiento. Encontramos que en estas organizaciones la mitad de los ingresos proviene de la venta de entradas, un 12% de los ingresos de brindar cursos, un 17% de cuotas de socios, 5% de patrocinio de empresas, y el aporte público se compone de un 3% del gobierno central, un 6% de la intendencia municipal –o sea, la financiación pública es cercana al 9%–, el patrocinio es un 5% –relativamente bajo–, y ahora esto se financiaría con servicios y una parte importante también de cuotas de socios.

Éstos son los datos del consolidado de organizaciones culturales, o sea de todas juntas. Si las consideramos individualmente y estudiamos cuántas fuentes de financiamiento tiene cada una –con la hipótesis de que es mejor tener muchas fuentes de financiamiento a muy pocas, porque si en ese último caso alguna cae, probablemente haga peligrar la actividad– encontramos que casi la mitad tiene una o dos fuentes de financiamiento, la cuarta parte tres, y el resto –o sea, un 25%– cuatro o más.

Es decir que la situación financiera de las organizaciones es bastante delicada en muchos casos, en muchos casos trabajan con un presupuesto en rojo. Otro tema interesante es cómo se organizan estas instituciones como forma de supervivencia: gran parte de su personal es voluntario, donan su trabajo a la organización, y en algunos casos trabajan sobre una forma cooperativa, principalmente en la música. Para finalizar, una aproximación a los datos con que contamos sobre financiamiento de las instituciones culturales sin fines de lucro.

## *Economía de la Cultura*

Están incluidas algunas que no brindan estrictamente espectáculos en vivo, pero son los datos con los que contamos. En general es información bastante imperfecta, nos da una aproximación.

### **Fuentes de fondos para organizaciones culturales sin fines de lucro**

País	Ventas de servicios y cuotas de socios	Sector Público	Patrocinio	Fuente
Brasil	90	5	5	John Hopkins Comparative NPS, 2000
México	87	12	1	“
Argentina	97	2	1	“
Uruguay	92	4	4	Rapetti, FHCE, 2001
España	41	24	35	John Hopkins Comparative NPS, 2000
Francia	55	41	4	“
Estados Unidos	42	7	51	“

Extraído de Rapetti, Sandra, *Pasión por la cultura. Una investigación sobre la gestión, el financiamiento y la problemática de las organizaciones culturales de Montevideo*, Ed. Trilce y Fundación Rockefeller, Montevideo, 2001.

En Brasil el 90%, de los ingresos de estas organizaciones provienen de la venta de servicios y las cuotas de los socios, un 5% del Estado y un 5% de donaciones o patrocinio.

Pensemos que Brasil tiene leyes de incentivos fiscales de cultura muy fuerte, muy profunda. En la Argentina el 97% de los ingresos provienen de servicios y cuotas, un 2% del Estado y un 1% de patrocinio, en Uruguay es algo bastante parecido: un 92% de servicios y cuotas, un 4% del Estado y un 4% de patrocinios y donaciones

## *Economía de la Cultura*

Si comparamos con otros países, por ejemplo en Estados Unidos el 42% de los ingresos proviene de servicios y cuotas, un 7% del Estado y la mitad de patrocinios y donaciones.

Si tomamos Francia, la mitad de los ingresos provienen de servicios y cuotas, un 41% del Estado y un 4% de patrocinios y donaciones.

Son esquemas de financiamientos bien diferentes entre sí. Y hay diferencias bastantes interesantes con las organizaciones de Brasil, Argentina y Uruguay, que responden a esquemas similares. Todo esto constituye un tema para pensar, y también el papel de las políticas culturales en estos países. El aporte de Baumol y Bowen parecería tener vigencia en algunos de los trabajos que se han hecho actualmente, y desde las propias organizaciones del sector, sobre el problema de financiar la cultura.

Hay otros interrogantes: si las estrategias que se han diseñado para sobrevivir no conducen a un déficit artístico o si también pueden llegar a reducirse las opciones disponibles –principalmente cuando vemos que el Estado en nuestros países participa en forma reducida de la financiación–, o sea cierta forma de coartar la diversidad cultural y la posibilidad de elegir que tenemos entre diferentes actividades.

### **Diálogo con el público**

**1. Respecto de esta última conclusión, los estudios que hemos visto recién tratan justamente de cómo se financian las organizaciones sin fines de lucro y vimos que tienen un ingreso proveniente del Estado en forma de subsidios u otras, del 5%. Lo que no sé si es comparable entre Argentina, Brasil y Uruguay, es la oferta cultural en manos del gobierno, del Estado. Yo creo que tenemos que investigar eso también: aquí estamos hablando de una oferta cultural de organizaciones sin fines de lucro, y la participación del Estado en la oferta cultural en nuestros países es bastante importante, particularmente en Argentina y en Bs. As. básicamente.**

**¿Cuál es el escenario de los impuestos en todo este nivel de cálculo? ¿Los impuestos están manejados como parte de los costos de la producción? ¿Y cuál es el estímulo por descuento de impuestos si es que están visualizados en este proceso?**

Por un lado lo interesante es ver cómo se recogió la información: se basó en entrevistas personales que se hicieron con las organizaciones culturales, las entrevistas eran a veces de tres horas y después se les solicitaba que la información que no nos podían dar en ese momento nos la enviaran a posteriori.

Es bastante difícil poder identificar si incluyen o no los impuestos porque a veces tenemos que ir hacia atrás, tienen muchísimos problemas de gestión y la gran mayoría trabaja sin un presupuesto, entonces la información que nos dan muchas veces es estimada. No tengo una respuesta terminada al respecto.

**2. Es que tampoco esperamos una respuesta terminada sino plantear un aspecto que creo es fundamental en este proceso porque por un lado los estímulos del Estado pueden medirse como exhibiciones o estímulos tributarios a estos procesos, pero por otro lado está el fenómeno de que calculan los impuestos por las boletas o las entradas vendidas y eso está afectando o disminuyendo eventualmente el ingreso directo, y en algunos casos hay círculos viciosos verdaderamente grandes –suicidas en un sentido estricto–.**

En cuanto al tema de si se incluyen impuestos o no en las entradas, es bastante imperfecta la información; por lo general creo que estamos pensando en todos los incentivos que da el Estado a la cultura por medio de exoneraciones impositivas.

En Uruguay no hay exoneraciones al patrocinio de empresas, no hay de ningún tipo, pero sí hay exoneraciones a las propias organizaciones, por ejemplo exoneración de tributos domiciliarios o de algún tipo de aporte patronal.

**3. ¿Los datos presentados incluyen el fenómeno del mecenazgo?**

Son situaciones distintas. En Brasil sí hay ley de mecenazgo, pero el impacto de esa ley también es discutible y está muy concentrada en algunas regiones de Brasil, es muy importante, es muy profunda.

Yo creo que no está incluida en los datos que di: son datos del 2000 o anteriores al 2000.

**4. ¿El fenómeno de los impuestos también se aplica a los modelos de medición en los Estados Unidos? ¿El modelo que has estudiado está incorporado en ese escenario?**

Por ejemplo en Estados Unidos en algunos datos que yo no di se habla del apoyo directo e indirecto del Estado. Si se considera sólo el apoyo directo del Estado, o sea, lo que el Estado da directamente a la programación cultural, creo que son unos 3 dólares per cápita.

Ahora, si a eso se incorpora todo el apoyo indirecto, lo que se da a partir de exoneraciones fiscales incrementa y creo que llega a 13 dólares. Cambia bastante la lectura que se puede hacer. Acá nos basamos principalmente en los problemas de información que hay.

En Estados Unidos hay estadísticas, por ejemplo de los teatros que se han estudiado, en Uruguay casi no hay.

Lo que yo puedo observar desde Uruguay, en un tema que trabajo hace seis años, es que en el '98 con una investigación (inspirada en un trabajo hecho en Argentina por la economista Margo Hajduk) sobre patrocinio de las empresas a la cultura, luego de entrevistar a 100 empresas se veía que había interés, que había algunas que estaban trabajado con patrocinio, unas en una forma bastante profesional y otras en forma errática. Hoy en día me parece que ha habido una evolución, yo no sé si por una modificación en las empresas, pero sí ha habido un cambio y eso es bastante palpable dentro de las propias organizaciones culturales. Hoy hablaba de economía de la cultura, y en cultura se puede hablar de economía.

Cuando hablamos de financiamiento y pensamos en toda esa reticencia que había al hablar de financiamiento y hablar de recursos, yo creo que en cierta forma muchos sectores han cambiado: en Uruguay estamos en una nueva etapa que no sé a dónde llegará, pero

es una nueva etapa. En estos días me está pasando una cosa que nunca viví con la reapertura del teatro Solís. Se abrió hace una semana. Tenemos un sistema de patrocinio, auspicios y apoyos, y las empresas nos están llamando para apoyar al teatro. Yo siempre había trabajado en un esquema contrario: uno solicitaba una entrevista y presentaba un proyecto. Esto está indicando que hay algunos cambios.

**5. Tratando de responder a tu pregunta de cómo evoluciona el patrocinio en Argentina, creo que la relación de los aportes privados y la cultura es una relación dinámica y responde mucho al contexto. Básicamente si el contexto es próspero económicamente también puede prosperar nuevamente el patrocinio. Así que podemos hacer el análisis de que en los '90 nos iba mucho mejor respecto de aportes privados a la producción artística y cultural. Estamos hablando más que nada de patrocinio, no tanto sobre donaciones, porque la cultura hoy no es destino de donaciones empresarias, quizás puede haber a escala individual, pero no están estimuladas así que no creo que sean muchas. Hoy la relación de la empresa con la cultura es débil, básicamente por la crisis económica y social que se vive, y porque se reconoce en las empresas que hay otras prioridades: hay que hacer aportes a la educación, a la salud, al desempleo, a la exclusión, tratar de incluir socialmente a la gente. Así que tenemos un largo trecho por desarrollar; me parece interesante este desafío de posicionar a la cultura también como factor de desarrollo social y económico; no sólo como un aporte frívolo sino que la cultura enriquece y transforma las sociedades, y de alguna forma los gestores culturales somos responsables de ubicar a la cultura en el sector empresario desde ese lugar: que los aportes no son solamente para fuegos artificiales, sino que también para la transformación. Esto exige profesionalización y exige que el sector cultural entienda esa relación. Hay que ayudar a las empresas a ver los beneficios que pueden obtener de ese vínculo con el sector cultural.**

**6. ¿En tu investigación has experimentado variables respecto a donaciones de aportes de empresas privadas en los escenarios en los cuales se han producido la nacionalización de las empresas?**

Primero hay que ubicarse en el contexto. En Uruguay no se dio el proceso argentino de privatización de los servicios públicos, se votó en plebiscito y no se privatizaron, continúan siendo estatales.

En algunas partes hay modelos híbridos; sí se vio que en las empresas donde el capital dominante era transnacional o que habían comprado empresas uruguayas patrocinaban más a la cultura. Cuando se preguntaba a qué se debía esto, era muchas veces por políticas de la matriz, una política previa de apoyar a la cultura.

En las empresas nacionales se diferenciaba mucho de acuerdo al sector de pertenencia. Acá se estudia las empresas más grandes o por el número de empleados. Lo que se veía por ejemplo es que las empresas que tenían contacto directo con el público eran las que patrocinaban; a las empresas que producían bienes intermedios no les interesaba. Algunas han actuado más en mecenazgo.

**7. ¿En estas investigaciones hicieron una discriminación entre las entidades públicas y las privadas?**

Se trabajó con organizaciones privadas sin fines de lucro. Nos interesa el resto, pero cuando uno investiga tiene que marcar para dónde irá la investigación planteando algunos límites. La primera etapa fue estudiar las organizaciones sin fines de lucro privadas, para ver cómo trabajan, cómo se gestionan. Sí estamos pensando estudiar en una segunda etapa los públicos, los elencos estables, las orquestas estables y ver también cómo se gestionan, pero es algo que no hemos hecho.

**8. ¿Qué son las cuotas de los socios que mostraste en la estructura de financiamiento?**

En Uruguay las organizaciones sin fines de lucro jurídicamente se conforman con socios.

Estos socios –que en algunos casos son muchos y en otros pocos– pueden hacer un aporte. (Muchas de estas organizaciones que son de base societaria brindan una dimensión de servicios muy importante, especialmente en localidades no muy grandes).

Hay organizaciones donde el aporte es de 2 pesos argentinos, el promedio creo que era entre 5 y 6 pesos argentinos, son aportes que hacen para poder financiar las actividades de la organización y muchas veces se les brindan servicios gratuitos a los socios.

**9. ¿Son los que forman la sociedad, o sea, forman la sociedad civil, o son socios que se van incorporando después, una vez que la sociedad esta formada?**

En algunos casos son socios fundadores; algunas no tienen nuevos socios pero en otras se van incorporando a la organización.

**10. Una de las peculiaridades de las organizaciones sin fines de lucro es el trabajo voluntario de los miembros. ¿Está incorporado como un factor de donación o de incremento?**

Ése es otro problema cuando estamos investigando. El trabajo voluntario, u otro tipo de donación en servicio que reciben las organizaciones no está valorizado. Intentamos hacerlo, pero los problemas de información que teníamos, nos indicaban que deberíamos hacer una investigación particular de los voluntarios, la cantidad de horas que le dedicaban, en cada organización. Eso explica por qué no se incluye y se hacen las salvedades. Muchas veces el aporte estatal como veíamos o el aporte individual está subvaluado porque no se pudo llegar a darle una valoración. Nos pasaba por ejemplo que cuando empezamos a preguntar qué tipo de aporte daba el gobierno a la organización, nos contestaban "ninguno". Nos contaron que hicieron una actividad en una localidad cercana. "¿Cómo fueron?" "Ah, la intendencia nos puso transporte." "¿Entonces hubo un aporte?" La organización no lo valoriza como parte de sus recursos.

Es un problema de gestión, es un problema que tenemos en el sector cultural. Lo que es recurso es el dinero, lo otro no se valoriza, y muchas veces cuando estamos trabajando con proyectos culturales, ¿Qué recursos tiene la organización cultural para financiar? Ninguno, necesitamos tanto financiamiento porque no tenemos nada para hacer el proyecto. Nos estamos reuniendo en el local de la organización: eso tiene un costo.

Van a trabajar tantas personas de la organización en forma voluntaria: eso también tiene un costo.

Hay que hacer el proceso de razonamiento para ver que en realidad ese proyecto tiene 40% ya financiado por la propia organización.

El problema es que no se valoriza, y ahí también se ve el problema del trabajo con voluntarios: que en muchas de estas organizaciones culturales terminan trabajando muy pocas personas y tienen pocos recursos para desarrollar la actividad de voluntarios, de incentivar el trabajo de los mismos y la participación. A veces trabajan los que toman las decisiones también y dan poca participación por ejemplo a los socios de la organización.

Acá se descubrieron todos los problemas de investigar organizaciones sin fines de lucro, quizás eso es una de las razones por las que casi no puedo comparar los datos, porque casi no hay gente trabajando en esta área, porque es muy compleja. Nuestro trabajo comenzó antes de hacer la investigación: tuvimos que hacer un directorio de organizaciones culturales, juntar diversas fuentes, llegar a una información imperfecta que se fue complementando en el campo mismo. En el caso del teatro Solís no puedo dar datos porque tenemos una semana de funcionamiento. El financiamiento, si es estatal es de la intendencia de Montevideo, que financia el funcionamiento del teatro y el personal. Ahora el gran desafío es generar nuevos recursos para diseñar nuevas actividades del teatro que amplíen su base social. Es un teatro de tipo italiano, muy parecido al Colón pero más pequeño.

El fin de semana pasado estuvo abierto al público y vinieron 12.000 personas a hacer visitas guiadas. la reapertura tuvo repercusión en la prensa, y la gente lo vive como propio. Hay una gran expectativa.

La comuna en principio no tiene una política, pero está brindando nuevos recursos para financiar distintas actividades (por ejemplo, un sistema educativo en el cual los niños –muchos de ellos nunca fueron a un teatro– vayan a un teatro por primera vez). El teatro estuvo cerrado durante seis años.

### **11. ¿Cómo puede estimarse la oferta optima de espectáculos en vivo?**

Es un desafío para el que yo no tengo la respuesta. Podemos elaborar un modelo teórico y probablemente nos estemos equivocando. Por ejemplo, hay algunos elementos que nos dan algunos indicadores: en Montevideo lo que se estudió en cierto momento es el grado de ocupación de las salas, entonces el grado de ocupación no llegaba al 30% ¿Eso qué quiere decir? ¿Que tenemos que disminuir el número de obras en cartel? ¿O es que los teatros no se adecuan? Son teatros que se hicieron en el año 50, la estructura teatral responde a esa época y quizás no a necesidades actuales. ¿Se pueden hacer diez obras a la vez, y cada obra tener cierta cantidad de representaciones? Hay muchas tensiones.

**Lluís Bonet:** Estoy totalmente de acuerdo contigo, pero para añadir un elemento adicional y para poner un ejemplo parecido al Solís, cuando se reabrió el teatro Liceo, en Barcelona después del incendio el reto era el mismo, era ampliar su base social.

Y fue tan exitoso que el problema que en este momento tienen es que como los costes de los teatros de ópera son tan enormes, cada vez que se amplía la demanda y hay una exigencia de ampliar el número de funciones de cada ópera, se incrementa también el déficit del teatro. Entonces, como su estructura financiera tiene un subsidio pactado por las distintas organizaciones públicas y es fijo, todo incremento de la actividad implica un incremento del déficit, que no se puede cubrir con subsidio público, porque hay un acuerdo entre

## *Economía de la Cultura*

las cuatro administraciones que ponen dinero allí. El patrocinio es muy importante, pero aun así tiene un umbral. Entonces eso sería otra respuesta distinta.

Luego está el tema de la autorización del espacio. Un teatro que está abierto 300 días al año con función, es un teatro cuya inversión tiene una rentabilidad social alta, con independencia de si luego eso lo puedes cubrir y quién paga.

La respuesta que has dado es absolutamente correcta, depende de cada género, de cada producto, y hemos de hablar de rentabilidad social. Cuando hablo de rentabilidad no hablo del lucro, estoy hablando simplemente de que económicamente las cuentas salgan.

Yo creo que es una de las patas pero lo fundamental es la rentabilidad social y lo importante son los procesos, ver si vamos incrementando, si vamos disminuyendo, quién está asumiendo las nuevas responsabilidades, hacia dónde va la demanda, si vamos a fijar ofertas y por lo tanto demandas más plurales o más entradas en productos de más éxito.

Creo que debemos de considerar todos estos elementos para poder evaluar, y yo creo que hay un último aspecto muy significativo de vuestra investigación: aquí hay un déficit de gestores importante.

Entonces, esa investigación fue también un trabajo de formación y yo creo que tenemos una responsabilidad para ayudar a elevar el nivel de preparación de toda la gente, voluntaria o no, que trabaja en el sector. Porque en la medida en que estén preparados serán capaces de levantar más recursos, de hacer propuestas más adecuadas, y sobre todo no malgastar energías.

Todo ese trabajo que no sale contabilizado pero que es trabajo voluntario, es energía que la comunidad pone en ese proyecto, y es una lástima que a veces se malgaste, porque no somos capaces de organizarlo mejor. Mayor organización es una forma de financiar.

**Sandra Rapetti:** Estos trabajos que yo mostré son sólo una parte. Nosotros hicimos procesos de devolución en cada una de las cuatro ciudades donde trabajamos y se distribuyeron publicaciones con los resultados. Sólo el hecho de que las organizaciones se encontraran ya fue positivo y lo valoraron de esa forma.

Uno de los problemas que hay es el de gestión: no trabajan en red, no se encuentran, no se conocen y estamos hablando de ciudades de cincuenta mil habitantes, no estamos hablando de ciudades mucho mayores. Entonces en esos procesos de devolución sólo el hecho de encontrarse quienes están interesados por distintas causas en la temática ya es muy positivo, y genera también dinámica. Pero también corresponde dar respuesta desde la universidad, donde se hicieron gran parte de estos trabajos.

***Mesa redonda: "Desarrollo económico y diversidad cultural"***

**Moderador:** Carlos J. Moneta

**Carlos Moneta:** nos acompañan Rodolfo Hermida –Gerente de Desarrollo Educativo del INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales)–, el Dr. Leonardo Gak –Coordinador del grupo Fénix– y el Dr. Pedro Querejazu –Coordinador del área cultural del Convenio Andrés Bello–, que ya ha tenido participación en esta reunión. Me voy a permitir tomar unos minutos para intentar presentar el tema de la diversidad cultural y dejar por supuesto a los panelistas su tratamiento de los vínculos con el desarrollo económico.

Voy a comenzar con algo abstracto para tratar de llegar a lo concreto, de llegar a tierra rápidamente. Si nosotros analizamos los principales procesos socioculturales, económicos y políticos creo que podríamos determinar los elementos principales de sus lógicas respectivas. Hay lógicas, hay visiones, hay formas de operar en el mundo en forma distinta. Si vamos a la dimensión cultural allí predomina evidentemente la lógica de lo simbólico, la conciencia de la diversidad cultural como potencial, como poder a desarrollar de enorme riqueza. En su faz negativa tiene sin embargo que lidiar con las asimetrías de carácter social y los problemas de carácter étnico y religioso que están presentes en todas las dimensiones del mundo. En su parte positiva evidentemente tiende a reducir las faltas de equidad y a trabajar en función de valores de solidaridad.

Si vamos a la dimensión política, es el arquetipo ya conocido del campo de las fuerzas en competición, el dominio del paradigma realista del poder, entre un número cada vez más creciente de actores que ya no son los Estados-Nación, sino también las empresas internacionales, los grupos internacionales, subnacionales, etc.

Sus intercambios se caracterizan por el dominio, su lógica por la visión de carácter geopolítico.

Y por último la dimensión de la economía, donde a través de los enormes avances en la tecnología, en la reedificación del mercado, la apertura de las economías nacionales, el mundo económico se puede percibir en las últimas visiones como un sistema estructurado y jerárquico de redes que incluyen centros, periferias, semiperiferias vinculadas o desvinculadas del resto, conectadas entre sí por un enorme flujo de servicios, de finanzas y de comercio de carácter naturalmente asimétrico en este momento, como todos lo sufrimos. Y a mi entender personal contribuye fuertemente a un desarrollo desigual, a la exclusión y a la marginalidad.

Es entonces –permítanme conceptualizarlo así– en el encuentro de estas lógicas donde tenemos el reino de lo cultural, a través de la diversidad cultural, y el reino de lo económico, a través del desarrollo que como ustedes saben muy bien en muchos casos se ha tornado con un signo igual a crecimiento económico, reduciendo totalmente su concepción. Ésta es una situación que se nos presenta ahora; hasta pocas décadas atrás –yo diría que hasta principios de la década de los 80– la cultura no tenía lugar en el desarrollo, entendido fuertemente como crecimiento económico. Los proyectos de desarrollo estaban en el reino de lo tangible, de lo concreto: hacer una presa, un camino, una nueva villa, una fábrica, etc.

La cultura no tenía en ese momento lugar, lo simbólico no pertenecía a ese rol, pero es justamente en gran medida por las enormes crisis que hemos sufrido en los '80 hasta ahora, tanto los países desarrollados como en desarrollo –con el enorme costo que todos conocemos de marginalidad, de exclusión, de deterioro ecológico o de pobreza, etc.–, que gradualmente se ha logrado ir modificando un paradigma dominante de carácter positivista tecnológico –y evidentemente occidental y nórdico en su posición geográfica– de qué es el desarrollo para poder ir incorporando elementos culturales.

Esto significa avanzar hacia formas de desarrollo que toman en cuenta la especificidad cultural de cada país, comunidad o localidad. Mucho se ha avanzado en esto aunque les parezca mentira: pocos años atrás en una reunión en la cual tuve la suerte de participar, el presidente del Banco Mundial en persona planteó que los proyectos del banco tenían serios problemas si no contaban con el apoyo, con el consenso, con la participación de las comunidades, y ello implicaba entonces incorporar la dimensión cultural. Aun el duro grupo G8 ha hecho declaraciones en este sentido. Es decir que hay un cambio, muy difícil todavía, en la dirección correcta y esto implica mucho trabajo. Y voy a terminar llevando mi exposición a la dimensión de concientización: cómo sostener un concepto que por simbólico no es mensurable, cómo vincularlo a proyectos de desarrollo que son cuantificables y pertenecen al reino de lo tangible, cómo hacer esta relación y cómo promocionar la idea de diversidad cultural.

Allí la UNESCO ha cumplido un papel fundamental. La UNESCO establece claramente este papel de la diversidad cultural como motor fundamental para el desarrollo. Y la interacción entre desarrollo y diversidad cultural toma cuerpo ya en propuestas de políticas públicas en el plan de acción de Estocolmo del año '98. Y en el año 2001 los países miembros de la UNESCO deciden redactar y promulgar una declaración universal de la diversidad cultural. Este documento que es obviamente un documento de ideas fuerza pero sin validez jurídica tuvo tal impacto positivo que menos de dos años más tarde los países de la UNESCO —es decir la comunidad mundial que es miembro— decide avanzar en la redacción y luego discusión y promulgación de un proyecto de protección de la diversidad cultural y la expresión artística. Personalmente he tenido la honra de ser copresidente del grupo de expertos internacionales (terminamos con nuestras tareas hace menos de dos meses) que preparó este texto sobre protección de diversidad cultural, que ahora en septiembre empieza a ser considerado por el país.

¿Qué entendemos por diversidad cultural?

En principio hay un ángulo de entrada de carácter muy amplio y que se refiere a que podemos considerar la diversidad cultural como prácticamente la totalidad de las manifestaciones de una sociedad – estoy hablando en esencia–. Hay también conceptos más restrictivos, como el que toma la UNESCO como base para esta convención: las múltiples maneras de expresión de las culturas, de los grupos sociales y de las sociedades, entendiendo por ello no sólo el patrimonio histórico, cultural, sino también la variedad de expresiones que surgen de los bienes y de los servicios culturales en todo el mundo, por la vía de su producción, de su inseminación, de su distribución y de su consumo. Aquí entonces llegamos a la intersección entre el campo del mercado y el campo de la cultura. Tal vez los temas se podrían abordar a partir de tres orientaciones o líneas guía:

- ¿Cómo establecer un vínculo operativo y viable entre objetivo de desarrollo, preservación de la diversidad cultural y utilización de esa diversidad cultural a fines del desarrollo?
- ¿De qué manera cada Estado y región pueden asegurar la vigencia de la diversidad cultural en la sociedad, hoy amenazada por los aspectos de las industrias culturales que ustedes ya han estado considerando a lo largo de esta reunión, en armonía con la necesidad de mantener la necesaria apertura a las expresiones artísticas y culturales de otras sociedades?
- ¿Cómo fortalecer y ampliar la cooperación regional internacional en esta materia, particularmente entre nosotros, los países en desarrollo?

Dejo ahora la palabra a los expositores.

**Pedro Querejazu:** Muchas gracias. El problema es en qué escenario se está jugando ahora la problemática de la diversidad cultural.

La situación de cambio está en que es el escenario de los acuerdos económicos, que está forzando todo un proceso que antes la humanidad no pensó que se diera, y nadie se preparó para ello. Si partimos de que el ser humano es un ser creativo por esencia y por ende también los grupos sociales, cabe esperar y tener en cierto sentido la seguridad de que siempre la humanidad viene encontrando soluciones a los problemas por los cuales atraviesa. Pero hay varios factores en este escenario general: haciendo una mirada antropológica la cultura siempre ha sido un cúmulo de relaciones entre un grupo humano y un ambiente. Las variantes de respuestas son las que ahora miramos como la diversidad cultural, esas respuestas individuales o matizadas de los distintos grupos ante problemas más o menos universales sobre cómo resolver la vida.

Sin embargo, dentro de ese panorama aparentemente muy simple hay líneas culturales muy largas, que hacen más difícil o más fácil la respuesta a los escenarios actuales. Por ejemplo, miro el mundo asiático –China, Japón, Corea, eventualmente la India–, miro el mundo latinoamericano con todo su ancestro hispanoamericano, por citar simplemente dos ejemplos que pueden tener elementos comunes. En esos procesos de construcción cultural –y de diversidad cultural– los manejos de los tiempos, los manejos de los modos de crear y construir de dichas sociedades son muy distintos de los modelos europeo y norteamericano que hoy están vigentes y se nos imponen a la fuerza. Por ejemplo, el concepto de patrimonio que manejan los europeos es distinto al que manejan en Japón, porque los japoneses cuando un templo está viejo lo queman entero y después lo reproducen exactamente, y para ellos sigue siendo el mismo. Mientras que un europeo occidental no lo puede concebir: es la madera antigua la que le da la validez y no la idea que lo sustenta, entonces si se pierde la madera antigua aunque de hecho existe una réplica –ya interviene el concepto de réplica–eso ya no es original. Son miradas distintas ante un patrimonio.

Otro tanto ocurre con aquellas cosas que son por esencia de construcción colectiva, sobre todo el escenario del proceso cultural latinoamericano basado en un pasado prehispánico que sigue

influyendo, aunque de manera muy sutil, cuando se construyen por ejemplo las fiestas populares como el carnaval de Oruro, en Semana Santa. Aunque en todo el mundo católico hay Semanas Santas, no hay dos iguales. Esas construcciones que son colectivas y son de saberes comunitarios nunca las han planteado como un problema que debiese ser mirado desde la propiedad de grupo, desde los derechos de autor, los derechos de propiedad, etc. Entonces, la gran problemática que plantea el escenario de la diversidad cultural vs. las dinámicas económicas del presente tiempo son esas dicotomías o asimetrías entre maneras de concebir el mundo y, en consecuencia, de actuar de comunidades que manejan tiempos y sentidos de propiedad o de pertenencia distintos unos de otros. Estamos siendo hoy presionados por un mundo anglosajón que tiene una manera de construir, de concebir el mundo. Y evidentemente los modelos de desarrollo que para ellos funcionan bien, porque han sido pensados entre ellos –y que o nosotros los copiamos pensando que son buenos, con los resultados que ya comentaba Leonel Harari esta mañana, o nos los imponen porque para ellos son exitosos y entonces para nosotros también deberían serlo–, generan esos problemas de los altos índices de fracasos de las políticas de desarrollo del Banco Mundial y del BID, porque son proyectos de laboratorio sin concensuar las culturas.

Traigo de nuevo la referencia que comentaba Harari de mi país: “Por favor ya no nos desarrollen más”. Es lógico: ¿Por qué no preguntarle a la gente si quiere desarrollarse? Y no es que la gente no quiera desarrollarse, lo que hay que preguntarles es qué modelo de desarrollo quieren. En última instancia probablemente todo el mundo quiere desarrollarse pero de una u otra manera inherente a sus propios modelos culturales. Entonces lo que ahora está en riesgo es esa posibilidad de generar modelos culturales. Ahí está el debate.

Menciono a la privilegiada cumbre andina de presidentes; un mes atrás en Quito los presidentes de Bolivia, Perú, Ecuador, Venezuela y Colombia analizaban la posibilidad de reunirse y discutir sin agendas, sin teléfonos y en medio de la selva qué modelo de desarrollo quieren.

Evidentemente las respuestas aun dentro de estos cinco países son muy diversas, los escenarios internos son muy diversos. Pero lo que está claro es que son conscientes de la problemática que está en juego. El escenario está dado y las reglas de juego no las estamos escribiendo nosotros sino que nos las están escribiendo. Ahora, ¿Qué problema plantea eso con respecto a los países? Uno de los elementos básicos como manifestación de esa diversidad cultural es el patrimonio cultural.

Aunque lo criticaba dura y ácidamente Leo Harari en tanto estamos tendiendo a conservar patrimonios coloniales para validar una historia colonial, en última instancia es inevitable, eso es parte de nuestra historia. Pero una de las manifestaciones más interesantes es ese sentido lúdico y festivo de la vida que caracteriza a los pueblos latinoamericanos y por eso su patrimonio inmaterial es tan poderoso. Creo que en términos comparativos, el continente latinoamericano es el continente más rico del mundo en cuanto a diversidad de patrimonio inmaterial, porque hay una manera de vivir que viene desde la época prehispánica y es sostenido, y que es vivir en la fiesta. Y entonces las fiestas son las manifestaciones que los desarrollistas critican cuando dicen “es un país que se la pasa festejando” ¿Por qué no si así lo hicieron muy bien durante siglos hasta hoy día? En última instancia ese patrimonio está hoy en riesgo, porque lo usa la industria cultural a través de derechos de autor y derechos de propiedad que son la norma que está en juego y que nos van a acabar imponiendo a través de los tratados de libre comercio. Hay cosas que son evidentemente de un lugar y hay cosas que son más bien comunes.

Entonces el reto que enfrentan los países es cómo registrar el patrimonio de tal o cual lugar, registrar esas cosas a nombre de un país o de una comunidad como para que ese derecho de propiedad quede legitimado. Como está en juego el tema de la diversidad hoy día: una cosa que todos hemos visto con mucha simpatía, porque venían los gringos de universidades europeas, americanas, etc. a estudiar las plantas, las especies nativas de aves, fauna, flora de nuestros países.

Y resulta que están registrando las patentes de propiedad de la quinua, de la papa, en sistemas de patentes y derechos de uso europeos y americanos. En un momento dado puede darse que nosotros tengamos que pedir permiso o pagar *royalties* por usar papa, o plantas medicinales del Amazonas o lo que fuera, porque esas especies se están registrando por un sistema de propiedad intelectual y derecho de propiedad que este continente y su gente nunca se planteó. Lo preocupante de este problema del desarrollo y la diversidad cultural es sobre qué bases estamos planteando ese desarrollo, y los retos son muy grandes porque tenemos modelos impuestos y modos culturales que no encajan dentro de esos modelos. Las respuestas no son nada fáciles y desde la mirada de un organismo internacional son incluso más complicadas todavía, salvo el hecho de que a veces podamos concertar escenarios que facilitan los consensos para llegar a soluciones apropiadas.

**Rodolfo Hermida:** Muchas gracias por invitarme. Soy Gerente de Desarrollo Educativo del INCAA, que es un organismo hoy en día autárquico, que fomenta y desarrolla el cine de la Argentina aquí y en el mundo.

Como bien sabemos, el cine y los medios audiovisuales en general son quizás los grandes mensajeros de la diversidad cultural en esta era tecnocrática. En esta revolución digital en que los mensajes icónicos van a una velocidad vertiginosa, habrá otro posicionamiento de la producción nacional y regional, y es realmente una situación de política de Estado. Gracias a Dios el presidente de los argentinos lo ha entendido así y el cine es de hecho una política de Estado. Tenemos la suerte de ser un organismo que propicia no sólo la producción de una película sino últimamente –desde la gestión de Jorge Coscia como presidente y Jorge Álvarez como vicepresidente– la difusión de ese cine, porque siempre existía la gran paradoja y sigue existiendo –estamos en plena batalla por así decirlo– donde la gran problemática es cómo esa película que ha sido protegida en sus distintos pasos se lanza al mercado en una competencia desleal con el cine norteamericano, que hoy en día es mayoritario en todas partes

## *Economía de la Cultura*

del mundo. Es un dilema mundial, es un producto de la perversa globalización. Entonces el Instituto desde hace un tiempo viene realizando una serie de medidas de protección, que va escalonadamente desde la preproducción, la producción y la postproducción de la película hasta, últimamente, la exhibición.

Existe ya un mecanismo tradicional de recuperación industrial por cada una de las entradas que la gente paga. Además están en este momento los Espacios INCAA, una cantidad de salas desde el KM. 0 en el Congreso, unas treinta salas en el país, y hasta algunas en el mundo que garanticen la exhibición del material argentino más allá de las presiones del material norteamericano. Además, últimamente se determinó una medida realmente conflictiva pero necesaria: el famoso establecimiento de una cuota de pantalla que permita la difusión del cine argentino. Que el Instituto proteja y que el Estado libre esta competencia desleal con respecto al cine norteamericano.

Yo siempre recuerdo la visita de Jack Valenti, un personaje ciertamente desagradable, lo más parecido a un mafioso, con un traje siempre a rayas como Al Capone, presidente de la Motion Picture. En el '94 hicimos la modificación de las leyes de cinematografía, después de una lucha muy fuerte en el Parlamento –las leyes a veces no se consiguen gratis–, se logró luego de toda la movilización del sector, aunque los diputados y senadores eran medio remisos en aprobar la ley. Y tuvimos la desgracia de que una vez aprobada, cuando esto tomó estado público y fue al Poder Ejecutivo del ex Presidente Carlos Menem, sale un suelto en un diario y dice: “el Sr. Jack Valenti viaja a la Argentina a visitar al Sr. Menem”. Ese mismo día lo atendió y ese mismo día dos puntos de esa ley del '94 fueron suprimidos inmediatamente por consejos digamos carnales de nuestro buen amigo Jack Valenti. ¿Y qué suprimió? Casualmente, la cuota de pantalla y el asunto impositivo de regulación de material extranjero.

Nosotros teníamos dos opciones: o volver a la carga y empezar de cero en Diputados o tomarla para después algún día tratar de modificarla. Así fue, es decir que ya en el '94 se mutiló una ley que

estaba prevista para la protección ante la invasión del material extranjero, curiosamente de un país tan proteccionista como EE.UU. Porque ésa es la paradoja: que ellos se protejan a sí mismos es natural, y si nosotros nos protegemos es antinatural. Últimamente viene la carga nueva en el ALCA, con el famoso eufemismo de los bienes culturales. Realmente no existen palabras para la hipocresía de este imperialismo que nos acosa con las películas. También valga la anécdota: hace poco le preguntaron a Jack Valenti “¿Es cierto que el cine norteamericano ocupa el 95% de las películas en distribución en el mundo?” Jack Valenti miró fijamente a la periodista, le tiró el humo en la cara desagradablemente (siempre está con un habano), y dijo “Sí”. “¿Y qué proyectos tiene?” “Ir por el 5% restante”, y tiró otra bocanada de humo enorme. Y en eso están.

¿Cómo hacer en el medio de este poder omnímodo que tiene la distribución mundial? ¿El cine argentino puede hacer algo? ¿Cómo establecer no sólo el cine argentino sino el cine con sus distintas regiones o el cine latinoamericano, cómo insertarse y fortificarse entre sí para presentar una batalla más lógica? Es todo un problema, esto hoy en día es una batalla, espero que la historia nos declare triunfadores o que hayamos sobrevivido por lo menos.

Debemos luchar especialmente con algo muy complejo, no sólo la distribución sino un *star system*. El cine se mueve en su mayoría por un *star system* mundial; la gente dice “voy a ver una de Mel Gibson” en cualquier parte del mundo, y ellos te dan la de Mel Gibson. El asunto es cuando nosotros decimos “te voy a dar una película de fulano de tal”. ¿Quién es este tipo en el mundo? Salvo, gracias a Dios, últimamente en el mercado iberoamericano, especialmente en España. El cine en la Argentina es una atipicidad productiva que comienza cuando comienza el cine del mundo.

El cine empieza en 1895; seis meses después estaba instalado en la casa Bolívar frente al Nacional Buenos Aires y la gente, los profesores y estudiantes, hacían cine y compraban cámaras. Es bueno señalar que en el año 1900 el primer cine científico se hace en Argentina –la famosa operación del Dr. Posadas–.

El primer dibujo animado largometraje se hizo en la Argentina, *El Apóstol* del querido Cristiano, un italiano argentinizado al que Disney se lo quiso llevar y él dijo “no, io sono argentino gracias a Dios”. Nuestro cine se desarrolló, hubo grandes estudios, hubo una política de Estado con respecto a protección, lo que pasa es que vinieron las interrupciones de los golpes militares, pero toda esa línea empieza desde el negro Ferreira, Manuel Romero, Torre Nilsson, Favio ¿Qué podemos hacer hoy en día?

Hay que desarrollar la política agresiva que está teniendo el INCAA en este momento no sólo en cuanto a la exhibición del material nuestro en otros países sino especialmente con la coproducción. El proyecto Raíces que estamos estableciendo con España, con Italia y seguramente dentro de poco con Francia permite la coproducción que tiene que ver con nuestras raíces, como se le ha ocurrido a Coscia para generar productos que tengan que ver culturalmente con una integración latinoamericana y europea. El cine argentino está recobrando poco a poco ese *star system* latinoamericano que antes era de Niní Marshall, de Libertad Lamarque, que todavía países latinoamericanos conservan: uno va a Cuba, a Colombia y todavía hablan de ellos porque siguen dando ciclos de cine argentino en la televisión como si estuviesen vivos. Pero en este momento empiezan los nuevos actores del *star system* latinoamericano, que son garantía del éxito y la distribución mundial. Lo pude presenciar yo en mi último viaje el año pasado por Madrid. Uno va a España y Darín es héroe nacional, producto de la buena distribución y el éxito que tuvieron *Nueve Reinas* o *El hijo de la novia*. Yo me acuerdo que estaba en Madrid y tomo un taxi rápido, como buen argentino porteño ya le estaba dando instrucciones de por vida, y se da vuelta el tipo y me dice: “Ah, argentino el hombre”, y digo “Sí, sí”. “Qué verso que tienen ustedes, como dicen, qué verso. ¿Qué hay, una escuela que les enseña a hablar de esa manera?” Me dice. “Todos, petisos, gordos, altos, viejos, chicos hablan de esa manera envolvente, rápida. Y cuando vamos a una reunión y ahí están las tías y nosotros estamos pensando en cómo acercarnos a una tía y ustedes ya entraron, vinieron y se la llevaron del brazo, y qué muchacho ese Darín...”

Ahí nomás me di cuenta de que, aunque sea en una dosis pequeña estamos entrando en el mundo, tenemos identidad argentina y porteña en el mundo. ¿Qué está haciendo el INCAA para desarrollar la diversidad cultural? Está promocionando cines en todo el país. El instituto es nacional y se debe a todas las provincias y a todas las regiones. Los concursos están abiertos a todos. En la enseñanza en particular estamos viniendo de una serie de giras en las cuales hacemos capacitación en cada provincia. Estamos haciendo un mapa audiovisual y un sistema de formación de formadores basada en Paulo Freire para que cada grupo se forme a sí mismo. Están faltando técnicos en este momento de auge productivo, y nos trae problemas, porque por un lado estimulamos a través de la *film comission* –una comisión que estimula que distintas regiones de nuestro país sean utilizado como *set* de filmaciones– pero por otro lado las coproducciones tienen problemas para traer técnicos; no alcanzan sólo los que vienen de Buenos Aires, y los que vienen de afuera salen muy caros por los viáticos y los alojamientos. Falta todavía un desarrollo de capacitación. Si bien hay cerca de 15.000 estudiantes de cine, productores y directores, se necesita restablecer una serie de cargos profesionales –fotografía, sonidistas–, para poder realmente desarrollarnos ampliamente. Porque nuestro país estratégicamente, en términos de geografía, de clima, ha sido de alguna manera elegido. Incluso está catalogado como país seguro, aunque parezca mentira.

Hay tres condiciones que pone el norteamericano para poner publicitarios acá: el dólar barato, la diversidad de clima y la seguridad, y mano de obra muy buena. Comparativamente, en Latinoamérica aparece como un país seguro. No es casual que la empresa chilena Cinecolor se haya instalado en la Argentina y cada vez invierta más. De alguna manera la Argentina aparece como un país, desde sus comienzos y gracias a Dios, de desarrollo audiovisual. Sin lugar a dudas la televisión es la gran industria, todavía no integrada con los medios audiovisuales en general. Porque todavía existe una legislación atrasada; nos rige la vieja legislación de la dictadura. Es una vergüenza. La verdadera industria de la

exportación es la telenovela, hay que decirlo. Todavía no se ha unido todo lo audiovisual en la Argentina. Debemos marchar hacia una nueva ley de teledifusión como sucede en otros países, donde la televisión hace cine, donde el cine hace televisión, donde se exportan nuevos productos. La digitalización, la tecnología de hoy en día está empezando a modificar procesos sociales. La nueva era digital permite producir a bajo costo. Hay que mejorar la comunicación y fundamentalmente democratizar los medios. Crear de cero canales de televisión públicos: reformar finalmente el canal 7 como un canal público y establecer canales públicos en cada una de las cabeceras de las provincias. La relación entre cine y TV todavía no está resuelta: se ve muy poco cine argentino en la televisión (salvo en *Volver* y de manera lastimosa). No hay una cuota de pantalla como hay en otros países, donde se garantiza que el cine sea exhibido en tiempo y forma por la televisión. Los medios audiovisuales, el cine, el video, la televisión, Internet, los medios electrónicos para mí son un atajo que permite una presencia mayor en el mundo, dado que hoy en día las fronteras son meramente electrónicas.

**Leonardo Gak:** me han pedido que haga una presentación breve del plan Fénix, pero voy a omitirla –voy a ver si la puedo mechar después–. Quería empezar planteando otras cosas. Hace 86 años un grupo de jóvenes en Córdoba se rebeló contra la educación escolástica que tenía la Universidad de Córdoba. Produjeron un documento, un manifiesto preliminar de la reforma universitaria, que aún hoy a nosotros nos sorprende por la claridad, la calidad, la inteligencia de esos muchachos que lo redactaron. Claramente ese texto tiene el pensamiento puesto en Latinoamérica, no es un manifiesto para resolver el problema de la educación en la Argentina solamente.

Se dan cuenta y ellos lo plantean –estoy hablando de 86 años atrás– de la necesidad del vínculo de la Argentina con América Latina. Teodoro Roca, que es el principal redactor de ese documento, señalaba que reforma universitaria es sinónimo de reforma social:

## *Economía de la Cultura*

ellos veían que ésa no era una rebelión estudiantil para lograr algunos objetivos inmediatos, sino un proceso político donde estaba claramente señalada la integración.

La realidad es que este manifiesto, este movimiento de la Universidad de Córdoba que luego se extendió obviamente a Bs. As. prendió en América Latina, prendió fuertemente en Paraguay, Uruguay, inclusive en Perú generó un partido político donde figuras intelectuales de la talla de Víctor Haya de la Torre, José Mariátegui, Carlos Sánchez, han dejado una impronta importante. Los grandes objetivos puntuales de la rebelión cordobesa se fueron cumpliendo. Tenemos en prácticamente todas las Universidades Nacionales cogobierno de la comunidad universitaria, tenemos cátedras paralelas. En una palabra uno podría decir que la reforma universitaria del '18 ha cumplido su objetivo. Es más, estoy recordando ahora algunos presupuestos y lemas del famoso Mayo Francés que repetían estas mismas consignas, donde claramente se veía la influencia de ese movimiento. Pero han pasado muchas cosas en el mundo y en nuestro país: un proceso llamémoslo neoliberal por distinguirlo, pero básicamente un proceso de disminución de la presencia del Estado —que significó la liquidación del acervo material que había acumulado la Argentina—, la apertura irrestricta a los mercados que junto con la caja de conversión transformó en una hecatombe lo que sucedía en el país. Todo me hace pensar que la reforma universitaria tiene que volver a replantearse, con nuevos objetivos, y en un mundo de bloques. Recordemos el NAFTA por un lado —si logramos evitar que nos metan en el ALCA; espero que esto pueda ocurrir, parecería que vamos por suerte en ese camino—, la Unión Europea que es un bloque económico político muy importante, incluso África tiene unión económica, y el reciente compromiso de China de integrarse a una unión económica con los países del sudeste asiático.

El destino de los países parece vinculado a la integración. La visión de Sarney y de Alfonsín cuando plantearon el MERCOSUR era una mirada no puramente económica sino también política y social.

La realidad es que con el tiempo se fueron dejando de lado esos objetivos –que ahora parecería que se vuelven a replantear– y se transformó en una unión aduanera imperfecta. Pero hete aquí que nos damos cuenta de que hasta ese MERCOSUR es insuficiente. Es necesario generar vínculos para formar un bloque latinoamericano, y ahí se nos presenta un problema. Dificultades que al mismo tiempo son desafíos y oportunidades ¿Cómo integramos los países que forman Latinoamérica cuando tenemos una diversidad cultural de dimensiones importantes?

La Argentina ha vivido a espaldas de América Latina durante muchos años, porque se consideraba casi un país europeo. La realidad nos golpeó, y cuando miramos el mapa de la Argentina actual con la mitad de su población bajo la línea de pobreza, con un 20% de marginados, cuando tenemos un 18% de desocupados, cuando hay generaciones de argentinos que no han trabajado nunca, y que posiblemente no puedan lograr trabajar, entonces nos damos cuenta de que, con nuestra diversidad, con nuestra forma de ser, formamos parte de esa América Latina. Y esto es un gran desafío porque en realidad lo que vamos a tener que crear los latinoamericanos es un nuevo paradigma de nuestro pensamiento, un paradigma que supone los mecanismos de convivencias de culturas diferentes pero de necesidades similares. La realidad nos colocó prácticamente a todos los países de América Latina en un mismo plano, con las mismas dificultades. Tenemos una infinidad de problemas comunes, tenemos problemas diversos, es cierto, y posibilidades diversas, pero a mi juicio no cabe ninguna duda de que hay que desarrollar un esfuerzo muy grande para ir formulando ese tipo de unión, de vínculos para integrarnos y dar posibilidad de que podamos subsistir y modificar una situación que es clara: la región del mundo más desigual, más regresiva es América Latina. Las diferencias de ingresos entre los sectores más altos y los sectores bajos son absolutamente incompatibles con la ética y la moral.

Y eso es un poco lo que nos mueve a nosotros a trabajar de una manera diferente.

En el grupo comenzamos hablando de economía y todos los que lo integrábamos éramos economistas, hasta que descubrimos que esto era absolutamente insuficiente e inconveniente, que hacía falta algo mucho más importante, que es desarrollar una nueva cultura, una nueva cultura solidaria, una nueva cultura ética, una nueva cultura moral, para no quedarnos conformes con nuestros propios logros sino pensar solidariamente que lo que les sucede a los demás, también nos interesa a nosotros porque nos va a suceder a nosotros. Viendo aquí un público mayoritariamente joven, cosa que me alegra enormemente, pienso que ésta es la gran tarea que les cabe a las nuevas generaciones. Tienen una responsabilidad muy grande para integrar nuestros países, tratar de la mejor manera posible de reducir esa brecha tremenda que nos llevan los países del Norte, y mantener –yo creo que eso es un desafío no menor– nuestra propia identidad. No queremos tener los éxitos de otros y vivir como viven otros; queremos respetar cómo viven otros y queremos que respeten cómo vivimos nosotros. En esto yo me comprometo realmente y tengo fe. Yo trabajo con adolescentes y sé que realmente hay una semilla notablemente importante como para generar esa nueva cohorte de libertarios y –no me asusta usar la palabra– revolucionarios, para cambiar una realidad que realmente no podemos soportar si somos gente de bien.

### **Diálogo con el público**

**1. ¿Como funciona exactamente la cuota? ¿Estamos garantizando de alguna forma un porcentaje de películas argentinas que se exhiban en nuestro país?**

**Rodolfo Hermida (RH):** Sí, ciertamente.

**Pero los argentinos siempre valoramos muchísimo la cinematografía europea, y ahora también la iraní y de oriente, y tardamos en tener la oportunidad de ver esas películas que no van a entrar en la puja y ocupar un espacio. ¿Dejaremos de ver**

**esas películas que quizás no tienen un mercado muy amplio y de alguna forma van a quedar postergadas?**

**RH:** Es curioso, su pregunta fue hecha también por periodistas de algunos medios y me asombró ¿Sabe por qué? Porque antes de las cuotas tampoco el cine que usted dice se exhibía, salvo gracias a honrosos distribuidores que colocaban el cine iraní en el cine Lorca, exclusivamente, y lo siguen colocando. Es decir, el cine francés, el cine ruso no se da en los cines aun sin esta disposición. Esta resolución del INCAA de prioridad para el cine nacional ante todo, no afecta esa realidad. Yo pienso que es una operación de los distribuidores y exhibidores, que eligieron eso para asustar. Se lo digo con total sinceridad.

¿Por qué? Porque si usted me hubiera dicho que en los cines de la calle Lavalle, en los *shopping centers*, daban películas francesas, asiáticas, y no sólo las películas de mucho éxito –que son tomadas por los norteamericanos para la distribución mundial–... Peor, mire hasta dónde llega el monopolio, que a una película exitosa en Estados Unidos como *Nueve Reinas* le compran los derechos para hacer una *remake* con actores norteamericanos. Porque ellos no pueden tolerar que haya un éxito de otra nación. Se ha hecho con el cine francés, ya pasó con *Tres hombres y un biberón*, con *Nikita*, con un montón de películas francesas y de otros países exitosas. Por eso lo que usted dice no creo que pase demasiado más de lo que ya estaba pasando.

**Pedro Querejazu (PQ):** Yo quería hacerles un comentario que es muy específico de este escenario, precisamente con relación a lo que se está hablando. Nosotros seguimos mucho estos procesos de integración. En una entrevista que se le hizo al embajador Osvaldo Rosales –que fue cabeza del grupo negociador de Chile con EE.UU. para el tratado de libre comercio (TLC) suscrito hace año y medio–, él relataba que cuando los chilenos se preparaban para las negociaciones pensaron que el *lobby* más difícil iba a ser el agrícola, que para ellos era muy importante por toda la exportación de frutas y otros productos.

Sin embargo se llevaron una sorpresa muy grande cuando encontraron que era más difícil negociar el *lobby* farmacéutico. Cuando resolvieron el escenario del *lobby* farmacéutico, el más tenaz, duro y difícil fue el de Hollywood. Es un *lobby* absolutamente poderoso, y tenemos que tener en cuenta que si para ellos es un 5% más, ese 5% significa un mercado potencial de 200 millones de habitantes que somos los latinoamericanos. Repito, es capturar un mercado potencial de 200 millones. Es tan poderoso ese *lobby* que ni siquiera vemos tampoco aquí el cine independiente norteamericano, sólo vemos el cine de Hollywood.

**2. Yo tuve la oportunidad de entrevistar hace dos años a un académico de Hong Kong, y hablando sobre temas de cine contó que la industria cinematográfica asiática está organizando una unión panasiática de dicha industria. Quería saber si existe lo mismo en Latinoamérica.**

**RH:** Sí, lo de la industria panasiática está todavía en veremos y va lento, pero ciertamente es una idea interesante. Esta cinematografía emergente, la de China, la de Taiwán, es muy interesante, y con un sistema de cuota de pantalla (en el caso de Taiwán es muy importante: el 50% de sus salas). Es bueno señalar que hay sólo tres naciones en el mundo que se autoabastecen en el cine: EE.UU., no sólo por su exhibición sino por su exportación; China, por su cantidad de habitantes; y la India, por su cantidad de producción – que oscila aproximadamente entre 500 a 600 películas al año—. Es tremendo el famoso Bolywood<sup>67</sup>. Es difícil que nosotros tengamos algo así, un Bolywood o un equivalente en lunfardo de la integración del MERCOSUR.

Si bien es cierto que somos uno de los países que está produciendo más, junto con México (Brasil era un gran productor hasta que en la dictadura cierran el Embrafilms; ahora con la nueva ley de fomento están empezando a producir), el MERCOSUR es toda una historia.

---

<sup>67</sup> Equivalente indio de Hollywood.

Gracias a Dios el año pasado se formó una coordinación operativa donde tiene su participación el INCAA por la Argentina, pero tarda un poco. Lo bueno es que dentro de ese marco se ha firmado un acuerdo con Brasil para hacer ocho películas, difundir y coproducir ocho películas argentinas y ocho películas brasileñas. Se están haciendo acuerdos país a país. Resulta también dificultosa una producción regional porque hay por ejemplo diferentes leyes de propiedad intelectual (el caso de Paraguay), y hay que marchar hacia una legislación común. Es difícil todavía, va a tardar un tiempo, pero yo pienso que incluyéndose Chile y otros países tarde o temprano el MERCOSUR va a funcionar. Lleva tiempo, y mucha dedicación.

**PQ:** Dentro de los países del Convenio no existe nada; se han dado algunos encuentros de directores de organismos de cine pero sin éxito.

Una de las terribles constataciones es que normalmente –pero no exclusivamente– el sector cultural es el más difícil de cohesionar, de reunir para lograr sinergias y acuerdos conjuntos. Las dinámicas de concertación del sector educativo, del sector científico, probablemente se deben a deformaciones profesionales. A eso se añade –y tiene relación directa– que la institucionalidad cultural de los países latinoamericanos en general es muy débil.

Hay ciertos países que ciertamente tienen ministerios poderosos y bien estructurados o que tienen una base democrática, como el recientemente creado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en Chile, pero hay debilidades muy grandes que son parte del escenario con el que tenemos que trabajar y desde donde tienen que trabajar los propios países. Los retos son muy grandes. El sector cultural –sobre todo el de las artes plásticas y visuales– es muy individualista, carece de un sentido de cuerpo. En el sector del cine, dada la naturaleza de producción de cine, hay más sentido de trabajo en equipo, de cuerpo y de solidaridad.

Con respecto al tema de la diversidad cultural que nos ocupa en esta mesa, concertar propuestas conjuntas de defensa de la diversidad cultural es precisamente muy difícil desde los sectores culturales. En el caso colombiano por ejemplo, recién acaba de conformarse una coalición por la diversidad cultural y nosotros, aunque no debiéramos, estamos metidos en respaldar coaliciones por la diversidad cultural porque al gobierno colombiano no le interesa, y cree que no es necesaria una interlocución con su sector cultural y con la sociedad civil.

El caso chileno es extraordinario porque fue el resultado de una negociación política preelectoral: en la campaña previa a la elección del presidente Lagos, él requirió los votos de la sociedad civil y de la coalición por la diversidad cultural porque si no era elegido presidente. Entonces ahí hubo un compromiso político: la intelectualidad, el sector cultural, la sociedad civil le dio su voto y él cumplió su palabra incorporando a la coalición por la diversidad cultural en la negociación del TLC con EE.UU. y con la Unión Europea. Ésa fue una coyuntura más bien extraordinaria y difícil, que no se da en todos los países. En otros casos las posturas son más radicales, respecto de la negativa al ALCA, o a no negociar. Uno de esos es el caso boliviano: no quieren negociar cosas que saben que van a perder. La lástima es que, viendo el panorama general, van a acabar negociando en desventaja. Todos vamos a acabar negociando en terrible desventaja.

**C. Moneta (CM):** Agrego un pequeño comentario, porque se planteó el caso asiático y me parece importante verlo desde el punto de vista de la diversidad cultural: países como Malasia y Singapur establecieron una política con el tema audiovisual. Generaron sus propios satélites de comunicación, generaron sus programas nacionales, y lo que se ve —excepto en un gran hotel con cable como tienen todos los grandes hoteles— son tres o cuatro agencias de televisión, unidades de televisión con programas absolutamente nacionales, y yo diría absolutamente tutelados si lo vemos desde el concepto occidental.

## *Economía de la Cultura*

Hay para gran parte de la sociedad un divorcio casi absoluto: se intenta proteger o aminorar el impacto de esta gran corriente mediática proveniente de los EE.UU., pero esto implica también –y este es el tema de la diversidad– otro modelo de relación, otro contrato social y cultural, que nosotros no tenemos.

No puedo abundar en esto pero doy un ejemplo concreto: en la crisis financiera del '97 y '98 en Asia, en Corea –país que tuvo que devaluar el 40% en veinticuatro horas–, el sector automotriz que era la columna vertebral de las grandes empresas decidió no equiparar los precios, por lo tanto los coches coreanos bajaron el 40% del precio real, y por supuesto los vendieron como panes. En dos años estaban a más de 8% de crecimiento. Pregunto si en América Latina podemos reproducir este tipo de fenómenos. Entonces hay que tener muy en cuenta esto, la diversidad cultural como experiencia rica que podemos incorporar, pero como se dijo en esta mesa también a partir de nuestras propias capacidades, y jugar con estas debilidades y capacidades.

**RH:** Quería hacer una breve acotación nada más. Canadá, que es un país que tiene un vecino incómodo y poderoso al sur, ha trabajado mucho por la diversidad cultural. Y una de las cosas notables de Canadá es que está desesperadamente buscando socios en América Latina para respaldar la profunda diversidad cultural y para que se asocien en esa dinámica de supervivencia. En la televisión canadiense el 90% de la programación es producción canadiense, pese a que sus cuotas de pantalla son más bajas –están por el 60% y lo están logrando sostener–. Pero las presiones son muy desleales. Hace un año y medio, pasado el tema del 11 de septiembre, como parte de ese *lobby* poderoso de Hollywood EE.UU. presionó para que los canadienses bajaran más todavía su cuota de pantalla en cine y en televisión. Como los canadienses dijeron que no, los acusaron de terroristas: recordarán ustedes las acusaciones de Bush al gobierno de Canadá de ser el vehículo y el país cuna por el cual entra el terrorismo a EE.UU. Esos *lobby* pueden tener unas dimensiones y unos caminos tan insospechados que realmente son de temer.

**3. Con respecto a lo que dijo el Sr. Hermida en su visión anti Hollywood y pro instalar una especie de star system en la Argentina: ¿No es un poco contradictorio eso? ¿No atenta contra la diversidad cultural en la Argentina, o sea que el día de mañana sea todo Darín, Suar y esas cosas?**

**RH:** No, yo expuse como ejemplo a Darín. Cuando existía el *star system* argentino de los '40 coexistían Niní Marshall con Petrone, Libertad Lamarque con Isabel Sarli. Una cosa es la diversidad regional nuestra, por eso la estamos fomentando: fíjate vos que *La niña santa* está hecha en Salta, *La ciénaga* también, y ojalá hubiera tenido actores más conocidos aun para que la gente hubiera ido más a verla. El problema es que la gente se mueve con mecanismos muy primarios de identificación. A veces los directores llegan a ser *star*, digamos (uno va a ver una de Bergman, ¿no es cierto?). Pero mientras no llega a un nivel de *star* el director, los artistas son los encargados del magnetismo. También va a depender de las estrategias de marketing, va a depender del poder de las distribuidoras. El poder de las distribuidoras que distribuyen el material argentino es escaso, es más bien de tipo independiente. Es difícil.; el Instituto no puede ponerse a distribuir porque es un organismo estatal; su tarea no es ésa sino establecer normas, fomentar para que otros puedan distribuir, en este caso la industria privada. Hay que tenerlo en claro, porque si no se hablaría de un estatismo absurdo. O sea, el Estado está propiciando el desarrollo de la producción, de la exhibición y de la distribución; fomentando, colaborando, participando. Va a depender también del desarrollo propio de la industria nuestra, y ojalá de Latinoamérica.

Como señalaron acá es muy difícil la integración; quizás sea más fácil una integración país a país que a través del MERCOSUR. Hubo en algunos momentos una gran coproducción entre Argentina y México, hoy en día la está habiendo con España, y yo pienso que Europa está estableciendo un trabajo de coproducción, estamos haciendo muchos acuerdos con la Unión Europea, así que es importantísimo lo que está pasando.

Porque a ellos de alguna manera les sucede lo mismo que a nosotros con respecto a la invasión del cine norteamericano. Pero bajo ningún punto de vista quiero que pase eso, y si pasa eso ya estaremos en un estadio superior, gracias a Dios, para poder corregirlo.

**CM:** Vamos entonces a dar por terminados los trabajos de este panel. Y yo veo un engarce perfecto entre las presentaciones. Pedro Querejazu nos plantea qué modelo de desarrollo se busca para América Latina. Y la pregunta que, me parece, queda flotando en el aire es: ¿Hasta dónde estamos dispuestos a pelear por defender un modelo de desarrollo autónomo, con contenidos distintos de los modelos que ven al desarrollo como tener el último *chip* o el último modelo de heladera? Hermida nos planteó una excelente presentación de una potencialidad nueva de Argentina (y no sólo de Argentina, él planteó el MERCOSUR y el resto de la región como un campo central). Hoy la pelea esta en lo audiovisual, fundamentalmente. No está en el teatro tradicional, por más que a todos nos fascine y consideremos que tenga que seguir viviendo para siempre; está en los medios audiovisuales.

Entonces ése es un sector absolutamente estratégico, porque las nuevas formas de poder no son solamente el poder de los cañones, el poder político económico: es el poder mediático, es el poder de las ideas. Leonardo Gak a través de esa muy adecuada rememoración del proceso de la reforma en la Argentina, probándole dimensión regional, nos plantea la necesidad de un nuevo proyecto regional, un nuevo paradigma y no precisamente (pretendo cerrar el círculo, recordando que estábamos hablando de diversidad cultural y desarrollo) una visión de desarrollo atado a lo económico, sino integral, en su visión y en su concepción. Por lo tanto, esta diversidad cultural es la riqueza. América Latina es una potencia cultural.

Nosotros en el proyecto de convención, después de un largo y muy difícil debate, hemos ya puesto el concepto de capital cultural, que esperamos que sobreviva a las discusiones de los países.

Y les aseguro que el capital cultural implica una nueva forma de bolsa en lo simbólico de valores que tiene efectos en lo económico, en lo social, etc. Si nosotros reconociéramos este poder y pudiéramos utilizarlo e independizarnos un poco del modelo único que como zanahoria está sobre nuestras narices, si pudiéramos vivir con esta riqueza cultural de fraternidad, de igualdad, independizarnos un poquito de si tenemos 128 modelos de autos o si solamente disponemos de 4 o 5 como en la India, tendríamos otra posibilidad de desarrollo. Éstas son las preguntas, éstos son los temas. Y ya que estamos en cultura termino con una pequeña mención de un viejo dicho taoísta. Estamos buscando el conocimiento. El gran conocimiento para nosotros en este caso, es éste que nos da la cultura como matriz integral. Los taoístas, hace ya más de 1.200 años decían:

“Un caballo pequeño y un caballo grande son de la misma naturaleza; pero el pequeño conocimiento difiere del gran conocimiento”.

***Mesa redonda: "Producción e intercambio de bienes y servicios culturales"***

**Moderador: Carlos Elía**

**Carlos Elia (CE):** como ustedes se habrán dado cuenta aquel dicho de que el hombre propone y Dios dispone se ha hecho realidad: los organizadores propusimos y los expositores dispusieron y los temarios de las dos mesas redondas se nos han mezclado, lo cual es bueno porque a veces uno por cuestiones metodológicas o meramente académicas trata de separar, pero la realidad es lo que estamos viendo y viviendo. Cuando escuchaba a Hermida pensaba qué cosa diferente pasó en el teatro. Durante muchos años la Argentina fue netamente europea y vivió mirando a Europa, y de pronto llega la dictadura militar, y muchos actores, directores, tienen que huir de la Argentina y huyen a donde pueden.

Antenoche hablamos con Octavio Getino de su experiencia de vida en Perú y en México; David Stivel y todo su clan se fueron a Colombia, otros fueron a Venezuela, otros a España, y empieza a vincularse la Argentina allí con Latinoamérica y empieza a crear su propio *star system*. Uno pasaba por Colombia y David Stivel era el zar de la televisión, en Venezuela el referente del teatro era el grupo Rajatabla, dirigido por un argentino. Juan Carlos Giménez tenía su propio grupo y era otro de los referentes de teatro. En México uno se encontraba también con actores: Luis Brandoni, Marta González; en España Héctor Alterio, Pepe Soriano; en Estocolmo el teatro más importante que se podía ver era el TPL, Teatro Popular Latinoamericano, integrado por chilenos y argentinos. Hugo Álvarez, un gran actor y director, hacía obras de autores suecos en español y en sueco. Y donde uno fuera encontraba la diáspora Argentina.

Terminada la dictadura todos quieren volver, es lógico, y empezamos a perder nuestra vigencia en el mundo. Incluso nosotros mismos

## *Economía de la Cultura*

desde lo que era el Teatro San Martín viajábamos muchísimo por Latinoamérica y Europa y traíamos muchísimos elencos. Pero a partir de la problemática económica (la del 2001 no fue la primera crisis de la Argentina, sino que fue una más de las muchas que tuvimos) los gobiernos empezaron a quitar el apoyo a quienes íbamos y a quienes venían; y hoy en día van y vienen sólo los que pueden ser grandes éxitos comerciales. Sólo vienen aquellos grupos que algunos países apoyan para que puedan llegar a la Argentina, y gracias a eso todavía seguimos viendo algo de buen teatro, de buena música y de buena danza extranjera. Los argentinos cada vez nos movemos menos. Quedamos reducidos a este tipo de encuentros, donde con enormes esfuerzos personales y el importante apoyo de alguna empresa, pero sobre todo de embajadas, logramos que venga gente a contarnos su experiencia, a intercambiar ideas con nosotros y ayudarnos a pensar, a abrir la cabeza digo siempre yo (es una expresión que me gusta mucho). Pero evidentemente el futuro pasa por lo audiovisual en cuanto a comunicación masiva: la revolución en los sistemas de comunicación, en la digitalización. No tiene competencia, y de ahí quizás la gran preocupación de la mayoría de la gente por estos temas.

Lluis Bonet nos decía cuando llegó de España que había estado haciendo un estudio acerca de la presencia argentina en el cine español. Pero no nos habló de los resultados del estudio (seguramente porque quería que estuviéramos tentados de preguntárselo), así que ahora no va a tener más remedio que contarlo.

**Lluis Bonet:** Bueno, la verdad es que cuando pensaba en esta mesa redonda y en los problemas de la producción me venía a la mente una paradoja: nosotros creemos que la cultura es universal, que es bueno el intercambio y conocer la cultura de los demás. Y la verdad es que durante muchos años el esfuerzo de los programas de cooperación ha sido intentar tirar al suelo las barreras que impedían la libre circulación. Todos considerábamos que eso era bueno.

Pero hubo un momento en que eso entra en crisis, porque resulta que hay algunos que dominan el panorama, y ese intercambio no es un intercambio entre iguales.

Unos tienen la capacidad de imponer ser vistos en el resto del mundo y el resto, la gran mayoría, no puede hacer lo mismo. En un estudio reciente leía que hay tres países del mundo, solamente tres, que tienen un saldo positivo en su balanza comercial, en el ámbito de la cultura. Esos países son Estados Unidos, el Reino Unido y Japón. El resto compramos más que lo que vendemos, para todos el intercambio es desigual. Entonces, analizando ese tipo de datos, me interesó cuál era la presencia en particular del cine latinoamericano en la Unión Europea –y no solamente en la Unión Europea–. Pude acceder a la base de datos del Observatorio Europeo del Audiovisual, y en esa base de datos pude analizar los datos del ‘96 al 2002. Si uno toma todas aquellas películas latinoamericanas que se han podido exhibir en 35 países de Europa (porque el Consejo de Europa que es el organismo del que depende el Observatorio engloba 35 países, aunque de esos 35 países los más importantes están en la Unión Europea, que tiene 25 países), pues resulta que entre esos años 15 millones de espectadores vieron cine latinoamericano.

El problema inicial (de nuevo las definiciones) es qué entendemos por cine latinoamericano. Bien, yo entendí en ese análisis cualquier película en que hubiese una presencia de coproducción de algún país de América Latina. Las películas estrictamente latinoamericanas, es decir, producidas únicamente por empresas latinoamericanas representaban un 20% aproximadamente. Serían 3 millones cien mil espectadores en ese período, el 20% del total. Un millón y medio, el 9,6%, eran coproducciones con Estados Unidos; 7,9 millones de espectadores, es decir el 52% del total de espectadores europeos que vieron el cine latinoamericano correspondían a películas en coproducción con España, y 2,8 millones, es decir el 18,6%, en coproducción con otros países europeos. Es decir, encontramos que hay 15,2 millones de espectadores que ven cine con influencia latinoamericana, el 80% del cual es en coproducción. Por lo tanto la coproducción explica la presencia de una sensibilidad, una forma de ver el mundo que podríamos llamar más o menos latinoamericana, pero que evidentemente tiene también sus contrapartidas. Pero si uno

## *Economía de la Cultura*

analiza esos 15 millones de espectadores europeos que ven cine latinoamericano,

¿Cuántos de ellos han visto una película que tiene presencia argentina? Vemos que eso aumenta la cantidad, la presencia, la fortaleza, del cine argentino: aportó 6,6 millones de espectadores. Es decir, el 40 y tantos % del total del cine latinoamericano visto en Europa es cine que ha tenido presencia, coproducción argentina. Bueno, estoy hablando de Europa; queda muy bonito en la frase, pero en la práctica el 65% de esos 15 millones de espectadores eran residentes en el Estado español. Y de los 6,6 millones que vieron cine argentino el 88% eran espectadores españoles. Es decir, no es verdad que el cine latinoamericano se vea en Europa, se ve en España. Uno puede decir: ¿Se ve en España por qué? ¿Porque hay el 50% de participación española y por lo tanto desde su perspectiva esas películas son españolas y no argentinas? Son de ambos países, todo dependerá, deberíamos avanzar y aquí no hay tiempo de avanzar hasta qué punto esta coproducción es mayoritaria o no de un país u otro y qué es lo que significa.

Todas esas cifras las pongo encima de la mesa para plantearnos de entrada qué quiere decir intercambiar, qué quiere decir producir, qué ganamos y qué perdemos cuando hacemos empresas con profesionales de otros países. Estoy hablando en este momento del cine; podría hablar ahora del sector editorial y podríamos analizar qué está pasando entre los escritores, qué está pasando entre las editoriales, quién compra, quién vende. Y en el fondo todo lo resumiríamos en capacidad competitiva. Durante años, cuando yo venía a Buenos Aires lo que veía era muchísimos libros producidos en mi ciudad, que se vendían aquí porque era mucho más barato, y porque los canales de distribución y las empresas que estaban dominando el mercado editorial de aquí eran empresas directa o indirectamente españolas. No es que fueran a veces de propiedad española simplemente. Bertelsmann tenía su central para la lengua castellana en Barcelona, pero el capital era alemán. Ayer por la noche me pasé bastante rato en librerías, estuve muy mirón, estoy curioso, y lo que estuve haciendo es mirar el pie de imprenta de los libros, las editoriales.

Lo que menos me importaba era de dónde era el capital, porque miré esas dos cosas: dónde estaba impreso, de dónde era el editor, quién era el escritor y quién había diseñado la colección. Porque lo importante es quién está detrás de la selección de los temas escogidos. Entonces lo que se está empezando a ver, lo que empecé a descubrir (no es investigación, porque ir a una librería y mirar tres libros no es investigar, es simplemente observar), es que estamos en un camino de regreso. Ahora es más barato producir aquí, por lo tanto muchos libros están impresos aquí. El problema es que aunque estén impresos aquí, la decisión no siempre esta tomada aquí.

Entonces, ¿Hablar de intercambio? ¿Hablar de coproducir? ¿Deberíamos hablar de qué estamos aprendiendo unos de otros? ¿Qué posición de fuerza tiene cada uno? ¿Qué aporta la creatividad? ¿Y cómo, digamos, realmente intercambiamos esa cultura universal?

**CE:** Me hacías recordar que en una época en la Argentina, la industria editorial tenía sus imprentas en Santiago de Chile, y las revistas de distribución masivas, los libros, todo se imprimía en Santiago de Chile. Había un tema de calidad y un tema de precios muy importante. Bueno, Alberto Urthiague, Gerente General del Instituto de Cinematografía en una muy interesante gestión, ¿Cómo lo ves vos desde allí?

**Alberto Urthiague:** hay algunas cosas que tengo que decir antes. Voy a hablar básicamente de Argentina, del tema audiovisual y tangencialmente del tema latinoamericano y la relación con el mundo europeo y también la ubicación respecto de la hegemonía absoluta de Hollywood. En principio no voy a ahondar en cosas que seguramente ya se hablaron. Aquí no se trata de xenofobia, no se trata de que estemos formando el “Frente Único Europeo-Latinoamericano anti Hollywood” ni cosa que se le parezca. Últimamente, y por algunas preguntas que escuché antes, se nota el *lobby* y la influencia determinante que tiene el sistema mediático sobre las cabezas de los argentinos.

En cuanto se esboza apenas una medida levemente proteccionista, objetivamente hablando, la reacción se potencia de una manera enorme y poco más parece que hubiéramos prohibido el cine de Hollywood en Argentina. Realmente tiene una capacidad de influir y de potenciar cualquier mínima medida que roza algún interés suyo, y tiene una capacidad notable de amplificación. Lamentablemente los medios, muchos de ellos manejados por compatriotas, también lo amplifican, esto hay que decirlo. Creo que en materia cultural realmente uno se da cuenta de que acá tiene que haber algo de cuestiones económicas, porque permanentemente toma conciencia de que la dominación es absolutamente cultural. Y precisamente por eso la importancia del tema audiovisual. Como se dijo en otra mesa sobre algunas de las instancias internacionales en las que se discuten estos temas, evidentemente el *lobby* cultural, el *lobby* de la industria cultural es muy fuerte porque en definitiva, si se gana la batalla cultural, las demás batallas están ganadas.

Éste es el tema, esto quedó absolutamente claro: lo bélico existe, lo económico existe. Pero lo que finalmente termina determinando quién manda, es quién impone su cultura. Esto es así; parece una cosa que ya sabemos, pero creo que hay que repetirla sistemáticamente. Por eso vemos que cuando uno toma una medida al respecto enseguida hay reacciones absolutamente desproporcionadas. Y también –para los que por esta campaña temen que estemos en un proceso xenófobo– digo que el tema acá pasa por esto, y hay que entenderlo así: nosotros no tenemos ningún problema en que el cine de Hollywood exista; el problema es que el cine de Hollywood no quiere que existamos nosotros. Esto no es extremo ideológico, es realidad, se ve. Y vuelvo a insistir con esto, es feroz el *lobby* que se ha hecho aquí en la Argentina por el tema de la cuota de pantalla. Pensamos seguir avanzando, vamos a avanzar con una cuota de pantalla en el MERCOSUR, es decir no nos vamos a quedar de brazos cruzados. Sabemos que, como lo contaba Rodolfo Hermida, en el origen de la Ley de Fomento del Cine, en el ‘94, hubo

## *Economía de la Cultura*

que postergar algunas batallas para más adelante: son las que estamos dando ahora.

Vamos a seguir avanzando, porque de nada vale que tengamos una Ley de Cine que nos permite producir, si después no podemos ni distribuir ni exhibir. Eso es más o menos como si alguien nos regala un auto y se queda con la llave. Eso es lo que ha pasado en el cine: saquen la Ley de Cine, produzcan 60 o 70 películas pero que no se vean. O sea, si la Ley de Cine no se refuerza con otras medidas, finalmente termina siendo una cosa interesante de trabajo para los argentinos, pero realmente el fenómeno que queremos preservar que es la identidad cultural se termina diluyendo porque no tiene efectividad en la realidad. Vamos a seguir en esta batalla. No se puede soslayar tampoco que la etapa en que estamos es una etapa de resistencia. Lo digo para que no nos deprimamos. No podemos engañarnos ni ser exitistas, ni pensar que en el caso argentino es el caso español de otra época, o italiano, o francés. El cine de estos países en algún momento tuvo un período de auge.

Está claro que sigue siendo marginal esto, digamos absolutamente marginal: el mercado está absolutamente dominado por el cine de Hollywood. Esto es resistencia e incluso junto con países de los que nosotros llamamos centrales de Europa no estamos a la ofensiva ni mucho menos, estamos sobreviviendo, saliendo del infierno –en el caso argentino sobre todo–, buscando un lugar en el mundo. Y cada vez más nos damos cuenta de que ese lugar en el mundo, sobre todo en el tema cultural y audiovisual, hay que encontrarlo en operaciones conjuntas con nuestros vecinos de América Latina y con países de Europa que tienen también problemas similares. Desde el INCAA sobre todo y básicamente con Italia, España y Francia estamos aumentando nuestros convenios de coproducción, estamos intentando convenios de codistribución, hemos puesto salas de exhibición de Argentina en estos países. Es decir, estamos incrementando esto porque vemos que por ahí pasa la cosa, pero es un camino de largo aliento, un camino muy trabajoso, un camino lleno de piedras y dificultades. No nos deprimamos porque realmente algo se está haciendo. Cuando se hizo la Ley de Cine, como decía

## *Economía de la Cultura*

antes era para producir, tenía un sesgo netamente hacia la producción.

Y realmente el tema es la producción y la distribución, el mercado como dirían algunos. Yo no quiero usar esa palabra porque quiero mantener esto dentro de un terreno que tenga asidero económico pero que haga énfasis profundamente en la cuestión cultural y no meramente en la relación costo - beneficios y no quiero entrar en la cuestión “mercadista”. Pero si nos olvidamos del público, eso es grave. Las películas se hacen para que se vean, si no, no tiene sentido que se hagan y en esto la Ley de Cine no daba muchas instrucciones. Facilitaba que se hicieran películas, pero se despreocupaba de lo otro. Nosotros estamos intentando, desde esta gestión del INCAA que ya lleva dos años, empezar a redistribuir los recursos que tenemos –que son más que antes pero siguen siendo limitados– para favorecer la posibilidad de exhibición del cine argentino, el latinoamericano y el día de mañana europeo también.

Es un esquema “de escalera” digamos, con los Espacios INCAA como los llamamos nosotros, que son lugares donde se exhibe el cine argentino con determinadas facilidades para el público, con apoyo nuestro. Y lo mismo estamos haciendo con convenios de distribución con Chile, con Brasil (con Chile el año que viene en realidad, con Brasil este año), reasignando recursos hacia la exhibición y la distribución. Cualquier producción argentina hasta hace muy poco pensaba solamente en ver cómo con la Ley de Fomento del Cine podía no perder. Cuando vino la seria crisis del 2001, se empezó a ver que aún con la Ley de Cine no se podía ni siquiera producir porque el costo incluye una serie de cosas dolarizadas que aun con el fomento que se podía dar era absolutamente no rentable, era totalmente deficitario. Por supuesto que el mercado externo no existía (en principio no existía ni siquiera el mercado nacional en forma sensible; el exterior ni en sueños). Se trabajó sobre el mercado nacional con este tipo de acuerdos y de apoyos que se dieron a nivel nacional, para avanzar sobre la participación argentina en el mercado argentino.

## *Economía de la Cultura*

Pasamos de un 7,8 % a un momento en que llegamos a tener el 20%; creo que la cifra promedio está en el 15%, es decir que un 15% del público argentino ve cine argentino (digo argentino, latinoamericano, o en coproducción con Europa, en cualquiera de las formas) y un 85% ve cine de Hollywood. Éstas son las cifras crueles y terribles que manejamos y de aquí partimos, pero la diferencia que estamos notando en estos últimos dos o tres años es que, no sé si por primera vez (porque como dice Rodolfo en la década del '40, del '50 el mercado latinoamericano existía para Argentina, esto después fue decayendo y quedando en desuso), pero ahora nuevamente empieza a pensar el productor argentino en la posibilidad de obtener una parte significativa, por lo menos relevante, de sus ingresos del mercado externo. Hay problemas estadísticos: el tema de las ventas al exterior en la Argentina sigue siendo algo que todavía se hace bastante difícil de identificar en cuanto a la verdadera cifra porque tenemos problemas de evasión, de no declaración de ingresos en el exterior; ésta es una realidad que no pasa sólo en el cine. Pero bueno, se han multiplicado por 12 las cifras declaradas en cinco años de ingresos provenientes del exterior para películas argentinas. Esto en valores relativos es mucho, 12 veces es muchísimo. En valores absolutos si no me falla la memoria son unos 6 a 7 millones de dólares. No son cifras realmente importantes, aunque para nosotros es dinero, pero fijémonos de qué hablábamos hace cuatro años: de 500.000 dólares de exportación, o sea no era nada. El salto ha sido importante. Yo creo que han ayudado mucho dos cosas: ha ayudado el talento indudable de los artistas argentinos (sin esto no habría nada), pero también la política de Estado. Creo que son las dos cosas juntas.

Creo que el sector privado se empieza a animar más porque de repente a las productoras argentinas grandes las llaman desde EE.UU., las llaman productoras y distribuidoras importantes de primer nivel en EE.UU., se interesan en la producción argentina inclusive empezamos a prevender películas. El director de *Nueve reinas* prevendió su segunda película. Esto es una cosa insólita para nosotros, prevender el guión antes que la película esté hecha, simplemente escrita en un papel. Esto es algo totalmente normal en otros países del mundo, aquí es algo totalmente inédito. La presencia argentina en los festivales, la calidad de los actores, actrices,

## *Economía de la Cultura*

directores o sea el producto argentino; yo temo que pueda ser un tema de moda, que se ponga de moda en Europa o en algunos países y la moda como cualquier moda decaiga, pero da la impresión de que

esto va en un camino ascendente y sostenido simplemente por los parámetros que estamos manejando –que son importantes en términos relativos y siguen siendo pobres en términos absolutos–.

Otra cosa que quiero destacar es ésta: en un principio el productor argentino producía solamente a través de la Ley de Fomento y hoy empieza a pensar en que además un 40%, un 30%, un 50% de sus ingresos en algunos casos puede obtenerlo en el mercado externo. Esto es un dato importante. Hay películas, es el caso de las más exitosas *El hijo de la novia*, *Nueve reinas*, que se han vendido en 30, 40 países del mundo. Películas de menor cuantía, que han ganado premios en Berlín: *El abrazo partido* de un joven cineasta argentino se ha vendido en 15 países. Es decir, hay una presencia que se nota, nos lo dicen los productores a nosotros. Hay interés, veremos si continúa.

Lo que también debemos decir es que, sobre todo después de la crisis del 2001, para los argentinos en buena medida en casi todas las películas de cierta significación se internacionalizó la producción.

Se empezó a pensar que había que coproducir, ya se pensaba que la producción tenía que ser hecha entre varios países. Hay un problema de economía de Estado: una película para nosotros –con el tema del cambio en dólares– es muy cara. Es muy poco lo que cuesta relativamente una película en Argentina, pero de todas maneras no se puede hablar de menos de tres millones de dólares o tres y medio para una película importante. Esto es imposible de amortizar en el mercado nacional, ni siquiera en el mercado latinoamericano y además es imposible pensar en juntar capitales en esta zona para poder hacer una película de ese nivel de inversión. Lo cual significa que hay que pensar desde la producción en la cuestión internacional.

**CE:** Muchas gracias. Voy a pedirle a Héctor que se haga cargo del cierre.

**Héctor Schargorodsky:** lo primero que quiero decir es que considero que los objetivos que llevaron a proponer y a realizar un Encuentro Académico sobre Economía de la Cultura en esta Facultad

están cumplidos. Creo que lo principal era instalar el tema y yo vi, a lo largo de estos dos días el interés de cada uno de ustedes, las preguntas, los intercambios, los pedidos de más temas y más profundidad. Así que desde el lugar del público lo considero realmente cumplido. También pienso que escuchamos una pluralidad de opiniones, algunas complementarias, otras convergentes y otras incluso divergentes. Me parece que eso hace a los objetivos de un encuentro de este tipo. En tercer lugar, pienso que hubo entradas al tema de la economía desde distintas perspectivas y que eso es también es enriquecedor y que cada una de esas miradas podrá ser desarrollada y profundizada en sucesivos encuentros, que quizás no tienen que ser de un carácter tan amplio como éste sino en pequeños grupos. Para nosotros es también un primer paso, vamos a ver qué es lo que sucede con este momento fundacional.

Yo quiero agradecer a todos los panelistas que pasaron estos dos días, a ustedes que los escucharon tan atentamente, a las instituciones que nos apoyaron, a las embajadas, y muy especialmente al INCAA que apoyó este encuentro desde el primer momento.



***La economía y la cultura: un encuentro en busca de soluciones***

CONFERENCIA BRINDADA EN EL SALON DE USOS MULTIPLES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS -UBA EL 5 DE SEPTIEMBRE DE 2005.

**David Throsby** – Universidad Macquarie (Sydney, Australia)

Muchas gracias por su presencia. Es un gran placer para mí y para mi esposa que está aquí conmigo visitar la Argentina. Hemos venido desde Australia, y me siento en casa: Australia y Argentina son similares en muchos sentidos. Quisiera hablar sobre cómo la economía puede eliminar problemas en las artes y en la cultura.

Como dijo Carlos Elía, la Economía de la Cultura es una disciplina relativamente nueva, no tiene una historia muy larga pero ha pasado a ser una disciplina importante dentro de la economía, su importancia está creciendo cada vez más. Un libro publicado por William Baumol y su colega Bowen en 1966 denominado *Las artes del espectáculo. El dilema económico*, seguramente algunos de ustedes lo conocen bien, es un libro que marca un hito en el desarrollo de la economía de la cultura: por primera vez el área de las artes fue mirada desde la perspectiva económica de una forma que entendía lo que hacían los artistas y por qué se consumen las artes, pero utilizando las técnicas y las herramientas del análisis económico.

Usaron datos para describir a las personas que consumen arte y analizaron cómo se producen las artes interpretativas. Fueron los primeros, como ustedes seguramente sabrán, que llamaron la atención sobre un fenómeno que se conoce mucho en las artes del espectáculo que se llama la enfermedad del costo, la enfermedad de Baumol. William Baumol todavía está vivo, está en la Universidad de Nueva York. Yo he hecho muchas investigaciones con él, es un

## *Economía de la Cultura*

economista muy eminente, pero su nombre en la economía de la cultura se recuerda asociado con la enfermedad, así son las cosas.

La enfermedad de los costos, en este caso, quiere significar que en el teatro, en la ópera, en la danza, la capacidad de mejorar la productividad es limitada. En prácticamente todos los sectores de la economía la productividad mejora con el tiempo a través del avance tecnológico y de otros medios, pero en las artes en vivo, las llamadas artes del espectáculo, la productividad de la mano de obra no cambia.

Si uno piensa en cuánta mano de obra se requería para producir una representación de un cuarteto de cuerdas en la época en que vivió Mozart (siglo XVIII) encuentra que se necesitaban 4 trabajadores y treinta minutos. Después de todo este tiempo, hoy también se necesitan treinta minutos y 4 trabajadores; esto es la evidencia de que en las artes vivas la productividad de la mano de obra no cambia.

El problema que planteó Baumol fue que, si esto es así, en una economía en la que todos los otros actores mejoran su productividad, los costos de un sector donde no mejora la productividad de la mano de obra van a seguir aumentando porque aumentan los salarios en el resto de la economía y se transmiten a este sector (digamos que los músicos también tienen que comer...) O sea, el costo va a seguir aumentando lentamente, y va ser tan alto que no va a ser posible continuar.

Es un pronóstico bastante oscuro decir que las artes y los espectáculos van a ser demasiado caros para producirse. Afortunadamente, aunque esta hipótesis es verdad en principio, y también es cierto, seguramente ustedes lo saben, que las artes y los espectáculos son relativamente costosas, hay muchos medios que se pueden utilizar para mejorar la situación financiera frente a la baja productividad: en el caso de las compañías u orquestas por ejemplo, hacer y vender CDs, artículos de *merchandising*, auspicios, donaciones, apoyos del gobierno. Afortunadamente las artes continúan floreciendo. No creo que haya un peligro verdadero de que las artes del espectáculo vayan a morir. Pero el libro de Baumol y

## *Economía de la Cultura*

Bowen fue una de las primeras propuestas serias que se hizo en la economía de la cultura.

Desde aquel momento, y durante las tres décadas siguientes han surgido muchas áreas diferentes en este campo ¿Cómo entender las cuestiones económicas de la producción de las artes en términos de “organizaciones de artes”? ¿Cómo funcionan? ¿Cómo analizar también la forma en que trabajan los artistas en relación con los mercados?

Esta es una cuestión interesante; estamos acostumbrados, como economistas, a analizar los mercados de trabajo y decir: el mercado funciona de cierto modo. Pero con los artistas en algún sentido los modelos tradicionales no se aplican, porque es un espacio diferente. ¿Por qué los artistas toman decisiones diferentes acerca de cómo asignar su tiempo y obtener sus ingresos?

Han surgido algunas propuestas interesantes en el estudio de los mercados laborales emergentes, y esto constituye un avance en la historia de la economía en general. Otro aspecto importante es la cuestión de cómo entendemos la participación del gobierno en las artes. En verdad, ¿Hay un fundamento económico para que los gobiernos apoyen a las artes por medio de subsidios o apoyos a las instituciones culturales? Estas cuestiones que han sido esenciales para el estudio de la economía del arte, y los adelantos que se han producido en consecuencia, incluyen propuestas acerca de la naturaleza de los beneficios que producen las artes ¿constituyen las artes un espacio donde fracasa el mercado, o el mercado no produce lo suficiente en el campo de las artes para que éstas sean socialmente deseables? Este planteo lleva a una justificación para que el gobierno desee apoyar a las artes, para que aliente la producción y el consumo de arte. Por lo tanto es cuestión de las políticas del gobierno. En definitiva, es una cuestión que se está analizando todavía.

Podemos decir que ahora entendemos la teoría de la participación del gobierno en las artes, pero todavía no tenemos muchos datos empíricos, especialmente respecto a la demanda de arte de parte de la comunidad en general.

Sabemos de la demanda privada por determinados productos especiales del arte, pero la demanda pública es algo de lo que no hay muchos datos todavía y hay mucho más por hacer. En cierto momento surgió en el campo de la economía de la cultura el interés por el análisis de las artes como industria, como estructuras industriales, utilizando técnicas conocidas por los economistas para la organización industrial. Esto a muchos artistas les resultó molesto: tratar a las artes como una industria parece desvalorizar su valor intrínseco. Llamar industrias a las artes fue percibido como algo peligroso. Pero, en efecto, los economistas reconocen que existe una industria cuando alguien produce algo y otro lo compra, hay un intercambio. Se hace teatro, producimos teatro, vendemos las entradas, la gente compra las entradas y existe una industria. Hay consumidores, hay productores y la industria comienza a surgir. Son industrias, sin que esto implique necesariamente que los objetos artísticos involucrados sean importantes por su naturaleza artística. Por supuesto sabemos que al objeto artístico se lo produce, se lo consume y existe un sector que ahora se conoce como industrias creativas, industrias culturales, no solo en las artes sino en las industrias mas amplias que producen bienes culturales como películas, televisión, o cosas así, industrias muy diferentes en las cuales hay mucho dinero involucrado, porque estas industrias se relacionan con toda la cuestión de la emergencia de mercados.

Una de los planteos actuales, es que la cultura de los pueblos, de la comunidad, la naturaleza de los valores compartidos tiene importantes implicancias económicas, es decir que son motores de la globalización. Esto significa la reconducción de la economía del hogar, que pasa a integrar los recursos de los mercados como capital, en la medida en que la mano de obra como producto de la globalización se obtiene más fácilmente. Sumado a esta situación, surge la economía de la información, que se basa en una forma distinta de entender a la comunicación, que tiene también una dimensión económica, por supuesto.

En ese contexto se producen transacciones económicas que contienen en sí mensajes culturales muy fuertes. Estos son los procesos que estamos analizando. De modo que esto es un resumen, una reseña del desarrollo de esta disciplina. Hay una publicación que existe desde hace 25 años, el *Journal of cultural economics* y otras varias publicaciones internacionales sobre economía de la cultura que pueden ustedes consultar. Éstos son los antecedentes de la economía de la cultura, de dónde proviene y hacia dónde creo que se dirige. Como pueden ver, este sector abre todo un campo de exploración para los economistas

Quisiera ahora en forma breve hablar sobre dos de los temas básicos que estamos abordando en este momento en la economía de la cultura. Primero, el valor: ¿Qué queremos decir con valor?, ¿Cuándo podemos hablar de valor en fenómenos artísticos o culturales? También diré algo sobre la sustentabilidad, el desarrollo sustentable, que es otro aspecto que creo que puede ser interesante. Las cuestiones de valor son básicas para la economía.

Con sólo revisar el trabajo de Adam Smith, en el siglo XVIII, y volver a visitar los economistas del siglo XIX, nos damos cuenta que a ellos les preocupaba mucho entender qué significaba el valor. Hoy en día nos interesan las cuestiones teóricas, pero también las cuestiones prácticas; la gente se pregunta ¿Cuál es el valor de las artes? ¿Cuál es el valor de las artes en la ciudad, en este país? ¿En qué manera las artes contribuyen a la economía? Son cuestiones que tenemos que abordar.

Mi argumento en esta cuestión es que debemos reconocer dos tipos de valor: tenemos que entender que hay valor económico y también tenemos lo que denominamos valor cultural. Son diferentes, obviamente están relacionados, pero no necesariamente son lo mismo. Los economistas reconocen de inmediato el valor económico. Sabemos que la economía puede ser muy precisa para definir qué queremos decir con valor, de modo que si analizamos por ejemplo cuál es el valor de las artes para la economía, tendríamos que considerar de qué forma las artes, por ejemplo, actúan como un servicio.

También podríamos pensar en la contribución de las artes al Producto Bruto Interno; esto es fácil, porque se puede medir y sabemos lo que es el PBI, de modo que la contribución directa de las artes a la economía es relativamente fácil de entender. Hay además un valor intangible indirecto, que podemos denominar el beneficio público, el beneficio para la comunidad, que no se refleja en el mercado pero no obstante es un valor económico auténtico. Dentro de las formas tradicionales, como nosotros los economistas pensamos en estos valores comunitarios, está por ejemplo lo que llamamos “valor de existencia”: las personas de la comunidad valoran la existencia de las artes, los edificios históricos u otros elementos culturales. Aunque quizás no participen de las artes, no obstante les gusta saber que ellas existen, sienten que hay algún beneficio derivado de vivir en una sociedad que tiene una base artística civilizada. Si le preguntan a la gente “¿Usted está dispuesto a que se gasten parte de sus impuestos para las artes?” Muchos dirían que sí. Hay personas dispuestas a pagar para apoyar las artes. En un sentido les gustaría que el arte continúe existiendo. También está la posibilidad de que quieran consumir las artes a futuro, o sea que la existencia de la opción puede ser una de las razones por las cuales les gusta. A mi me gusta pensar que una de las razones por las cuales las artes van a sobrevivir es que las vamos a transferir a las futuras generaciones, los hijos van a heredarlas. Estos son beneficios para el bien público relativamente independientes de los beneficios que se pueden distinguir en el mercado directo, y ambos beneficios pueden y deben ser tenidos en cuenta desde el punto de vista de la economía. Y todo esto tiene un significado real en términos de políticas.

Si se piensa en la forma, por ejemplo, en que el gobierno puede apoyar una organización artística, parte del beneficio que recibirá la comunidad de esa organización será tangible e inmediato (en el caso que exista) y parte no. Les voy a dar un ejemplo sobre cómo sucede esto, en este caso en un gobierno municipal. Yo hice un trabajo hace algunos años en una pequeña localidad en el campo, en un área rural en Australia.

En esta pequeña localidad hay 40.000 habitantes y había un centro cultural. Era un edificio antiguo del siglo XIX, un hermoso edificio, que transformaron en un centro cultural. Tenía un teatro, una galería, un pequeño museo y espacio para que la comunidad participara. Estaba financiado por el gobierno municipal, con los impuestos municipales, y cobraban para ingresar al teatro, o ingresar a la galería, pero los ingresos eran insuficientes para cubrir los costos del edificio, o sea que el consejo municipal empezó a poner sus ojos sobre él, y no de la mejor manera. Se preguntaban ¿Que vamos a hacer? A su solicitud hicimos un estudio, donde además de medir cuánto cobraban de taquilla, hicimos una encuesta entre los residentes locales, y les preguntábamos: “¿Está satisfecho de la existencia del centro cultural?” “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sus impuestos para mantener este centro?” Y obtuvimos los resultados.

Por supuesto que no todos estaban dispuestos a pagar; algunos querían que hubiera una cancha de fútbol, pero suficientes habitantes estaban dispuestos a pagar determinada suma para que continuara. Cuando sumamos, lo que la comunidad estaba dispuesta a pagar por la existencia del centro cultural, ya no había pérdida. Le presentamos esto al Consejo Municipal y le dijimos “los ciudadanos, los habitantes quieren el Centro Cultural, quieren saber que existe y están dispuestos a pagar por eso. La comunidad estima que su existencia los beneficia. En base a ese conocimiento el consejo pudo tomar la decisión de financiarlo. Esto fue una forma de demostrar que por insuficiente que sea el dinero que ingresa a través de las entradas, la comunidad recibe un beneficio mucho más amplio. Ese es el tipo de elementos que pueden aportar los economistas para que se comprenda la contribución de las artes en las comunidades. Definiendo el valor cultural y, por supuesto, cuando pensamos en el valor económico y pensamos en la cultura, pensamos que hay algunas relaciones entre las artes y la cultura que son difíciles de expresar en términos económicos.

Es cierto que si uno dice que en cierta cultura algo tiene valor cultural, y que cuanto más significativa sea esa cultura, más se va a pagar por ese algo. Es una regla simple entre valor cultural y valor económico, se va a pagar más por cosas que valen más, aunque algunos aspectos de la importancia de la cultura son difíciles o imposibles de expresar en términos financieros. Si piensan en cosas como por ejemplo el valor de la música de Bach para los seres humanos, es difícil decir que vale tanto dinero, porque ese es el concepto de valor que deriva del concepto de trabajo. No se puede establecer en términos financieros cuál es el valor en forma significativa.

Podemos decir por ejemplo que el tango tiene valor cultural para Argentina, que representa algo sobre la idea de Argentina, y es un fenómeno cultural. Y es difícil decir si vale U\$S 100 o U\$S 500, pero podemos decir que es importante. De modo que el concepto de la identidad es algo importante para la cultura, para el valor cultural. Sin embargo, no podemos decir realmente que vale tantos dólares, no es una mención apropiada. Podemos hablar de fenómenos culturales en otros términos, en otro discurso, que no está relacionado con un patrón monetario pero es importante para tomar decisiones. De modo que ésta es la cuestión que no hemos podido determinar: cómo dar cuenta de la importancia intrínseca de la cultura cuando estamos hablando de la conducta económica de las artes, cómo reconciliamos la idea de que están estos distintos valores. Es una cuestión muy dinámica en este momento, no creo que tengamos una respuesta todavía. Una de las razones por las que el valor económico es tan universal, es porque el dinero es una medida universal, que todos pueden entender. Todo se puede convertir en dinero y el dinero se puede convertir en otra cosa, esto es universal.

Si hablamos de valor cultural, no existe esta medida universal, quizá ni siquiera podemos medirlo en términos cuantitativos, tiene distintas dimensiones, es sutil, cambia, es difícil de determinar, pero hemos comenzado a hacer progresos en la forma de entenderlo, es parte de la investigación que hacemos en este momento.

Tratamos de saber cómo entender los valores culturales en el contexto de la economía. Creo que ésta es una de las cuestiones interesantes, y tiene importancia para las políticas públicas. Hay un debate que está empezando a conformarse en EE.UU. y también en Australia, respecto de en qué medida estos valores culturales pueden incorporarse a las formaciones de políticas públicas, cuando sabemos que las políticas públicas están cada vez más impulsadas por consideraciones puramente económicas. Aquí se ponen en juego otros valores. Cuando hablamos de las artes, del apoyo y financiamiento para las artes, esos valores pueden tener significado por derecho propio, y no tenemos que decir que las artes son importantes porque generan tanto para la economía, sino que las artes son importantes por sí mismas y ésa es la base para hacer políticas públicas. Éste es un argumento interesante para presentar la idea cuando casi todo parece determinado por consideraciones económicas o por la forma en que funciona la economía. No estoy diciendo que la economía sea secundaria o que no es importante; estoy diciendo que tenemos que tomar todos los aspectos y partir de allí si queremos dar una imagen completa del aporte de la cultura y de las artes.

Quisiera concluir diciendo algo sobre la cuestión del desarrollo sustentable, que es otra área que creo que puede ser de interés. Cuando hablamos de desarrollo en economía –estoy hablando de desarrollo nacional, de desarrollo de los países, y de los países en un mundo que se desarrolla–, los economistas tradicionalmente hablamos de crecimiento económico, y el crecimiento económico significa ingreso per cápita. Luego pasamos a decir que el desarrollo no solamente abarca el ingreso per cápita sino que incluye educación, nutrición, salud, etc; finalmente pasamos a hablar de desarrollo humano. Ese proceso no estaba sólo relacionado con los bienes materiales –aún incluyendo educación y nutrición–, sino que tenía que ver con la capacidad de los seres humanos de desarrollar sus propias vidas. Este proceso fue muy influenciado por Amartya Sen, el economista indio premio Nóbel de economía, que ha contribuido mucho a cambiar la forma de mirar los procesos de desarrollo.

Los economistas siempre han dicho que desarrollo y crecimiento son un proceso de acumulación de capital: donde crece el capital se construyen fábricas, se hacen máquinas para producir más bienes. Por lo tanto el crecimiento de la máquina, el crecimiento económico, era el eje del desarrollo. Luego pensamos en la idea de capital humano, y la idea de capital humano como una fuente de crecimiento, debido a que el capital humano contribuye al crecimiento económico de la misma manera que el capital natural contribuye al crecimiento en la expansión de la economía, además tenemos que tener en cuenta factores psicológicos y el cuidado del medio ambiente. Se trata, como ven de cuestiones cada vez más complejas las que determinan el desarrollo. Tenemos también el capital intangible: las creencias, los rituales, los valores compartidos que heredamos del pasado, que cuidamos y defendemos para las generaciones futuras. O sea que el concepto que está empezando a incorporarse como desarrollo se corresponde en relación con el concepto de desarrollo sustentable que, a su vez, está relacionado con la cultura y también con la ecología, con el medio ambiente. Reconocemos que si queremos desarrollo sustentable tenemos que cuidar el medio ambiente. De manera similar, la propuesta es que si queremos un desarrollo sustentable en términos culturales, necesitamos cuidar el capital cultural también. La posibilidad de desarrollo a futuro va a estar influida en gran medida por la forma como manejamos nuestro capital cultural, tanto tangible como intangible. Y la forma como manejamos nuestro capital es un nuevo aspecto a explorar y así creo que es como estamos comenzando a hacer. Ver de qué forma pensamos a nuestra cultura como un activo y, en consecuencia, tenemos que ver cómo lo gestionamos, de la misma manera que entendemos ahora más claramente cómo los sistemas ecológicos y el medio ambiente son importantes para la economía y debemos gestionarlos desde esa perspectiva.

Quisiera mencionar algo que está ocurriendo en el escenario internacional debido al tratamiento por UNESCO de una convención sobre la diversidad cultural. El origen de esta convención es, como ustedes saben, que el comercio internacional de los bienes y los servicios culturales está resultando cada vez más difícil de manejar

en la actual estructura comercial internacional que funciona bajo las normas de la Organización Mundial de Comercio. Particularmente en lo referido a las industrias culturales, la cinematografía y el audiovisual. Canadá y Francia, dos países que se encontraban preocupados por la imposición en la televisión de material cinematográfico proveniente de EE UU. Ellos impulsaron primero el tratamiento que se conoce como la excepción cultural, que no ha dado resultados totalmente satisfactorios, porque es difícil conciliar intereses si hay excepciones.

Así avanzamos a este nuevo paso, esta nueva convención sobre la cultura denominada Convención sobre la diversidad cultural, que parece un poco extraña porque la diversidad cultural es algo que es difícil de definir exactamente qué significa. Obviamente significa que la cultura tiene distintas formas de expresarse, y la forma como vamos a progresar como seres humanos es si entendemos las diferencias culturales, pero eso es solo una primera aproximación. Se ha sugerido entonces la idea de que debería haber una convención de Naciones Unidas; un tratado que los países puedan firmar y en el cual se comprometan a desarrollar políticas culturales para reconocer la importancia de la cultura en asuntos nacionales e internacionales. Éste es el objetivo de esta convención. Sería mejor denominarla convención sobre políticas culturales, en vez de diversidad cultural, pero está en proceso de desarrollo en este momento y persigue el objetivo de elevar el nivel de la cultura en el debate sobre la globalización. Hay preocupación por el efecto de la cultura global, pero al mismo tiempo hay que reconocer que la globalización ha traído muchos beneficios: distintas formas de expresarse, nuevos medios y formas de comunicación, mayor capacidad de difundir los productos artísticos. Todos estos son beneficios de la globalización, pero también existe ese temor de que el mercado global consiga imponer una sola cultura en el mundo. No creo que haya muchas probabilidades de que ocurra, porque toda la evidencia parece indicar que la gente se resiste a la idea de una cultura global y prefiere decir “yo quiero mi propia cultura; respetamos las otras culturas y tenemos la nuestra, y queremos expresarla como nosotros deseamos”. Esto es algo en lo cual las políticas de gobierno tendrían que ayudar.

Las políticas de gobierno deberían facilitarnos la forma como expresamos nuestra cultura, y esto es algo que está en el centro de esta convención: proporcionar mejores condiciones en las que se pueda expresar la cultura. Todavía está por verse si se va a producir; es poco probable que Estados Unidos acepte esta convención, así como no ha aceptado el protocolo de protección del medio ambiente. Le importan poco estas convenciones, pero suficientes países van a aceptarla. Creo que especialmente los países sudamericanos y los de otras partes del mundo en desarrollo tienen mucho para abonar con este proceso, porque tiene un objetivo muy fuerte que es crear este desarrollo cultural.

Les agradezco su atención hacia este somero panorama acerca de las cuestiones centrales de la economía de la cultura. Muchas gracias.

## **Diálogo con el público**

**1. Lo que me interesa saber, acerca de este concepto de desarrollo cultural sustentable, es si conoce algún tipo de programa de formación en este aspecto.**

Sí, conozco un programa que está organizado por la Organización Internacional del Trabajo que se realiza en Italia. Bastantes estudiantes de distintos países de todo el mundo van allí con proyectos, y las matrículas las pagan los gobiernos, pero uno tiene que estar dispuesto a ir a Italia tres meses. Es un muy buen programa que estudia estas cuestiones. Es decir, cómo los proyectos culturales a nivel local pueden ser parte del desarrollo sustentable de la comunidad local. Pueden averiguar en la web de la OIT.

**2. Cuando usted cuenta la anécdota de esa pequeña ciudad australiana, me preguntaba si la pregunta que le hacen a los ciudadanos, a los contribuyentes, hubiera sido, ¿usted quiere colaborar con el centro cultural? o ¿usted quiere colaborar con**

**un centro cultural que desarrolle la cultura australiana? Que hubiera pasado. Mi duda es que pasa con los mercados propios y qué pasa con los otros mercados. Uno tiene a veces que cerrar un poco la aduana, tiene que cerrar las fronteras, para poder desarrollar los productos propios y, entonces, la ayuda gubernamental, ¿tiene que asignarse a conciertos de Bach, o tiene que ir sobre los compositores locales para que crezcan? Al mismo tiempo, si se desarrollan los locales, el público puede no conocer a Mozart, ni conocer a Bach, ni conocer otros autores.**

Creo que hay que verlo como un proceso, por el cual ambas se retroalimentan. La cultura más amplia y la local. En el caso del centro cultural se trataba de la identidad de la comunidad local, su propia historia, los artistas locales, de su suelo, era sólo cuestión de darle la relevancia necesaria para que pudiera ser visto por quienes tenían que tomar la decisión. Pero la pregunta más amplia, sobre el apoyo y la participación del gobierno en el campo de las artes, requiere, como ya dije, otra perspectiva que excede incluso lo económico. Debo decir que, desde ese punto de vista, creo claramente en la necesidad de las políticas de apoyo a las artes nacionales.



## ***Síntesis curricular de los expositores***

### **Dr. Lluís Bonet**

Profesor titular de economía aplicada y Director de los Cursos de Posgrado en Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona. Ha sido investigador invitado del Massachusetts Institute of Technology, y conferenciante en más de una veintena de países distintos. Es Presidente de la Red europea de centros de formación en gestión cultural (ENCATC) y Consejero de la Cooperativa de educación y cultura *Abacus* y de la *Assotiation of Arts Administration Educators*, de la que ha sido Vicepresidente. Ganador del Premio de investigación *La industria audiovisual ante la digitalización* (Consejo del Audiovisual de Cataluña 2002) y de una Beca de investigación en el MIT de Estados Unidos (Inst. Estudios Autonómicos 1991). Autor de numerosos libros y artículos de análisis del sector cultural. Director de un gran número de investigaciones en economía de la cultura y políticas culturales. Ha sido Director de estudios del *Centre d'Estudis de Planificació* (CEP) (1985-1995).

### **Carlos M. M. Elia**

Licenciado en Administración por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Es Director General Adjunto del Complejo Teatral de Buenos Aires. Fue Director de Administración del Teatro San Martín y del Teatro Colón de Buenos Aires y desarrolló actividades gerenciales en teatros privados de la Ciudad de Buenos Aires. Dirige actualmente la Carrera de Especialización de Posgrado en "Administración de Artes del Espectáculo" que se dicta en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Docente en posgrados de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, FLACSO,

## *Economía de la Cultura*

Desarrolla actividades de capacitación para distintas entidades del sector cultural en la Argentina, Chile y España. Participó en el Programa "El Arte y la Educación como Agentes de Cambio Social" en Estados Unidos y dictó el curso "La economía de la cultura y la cooperación iberoamericana" desarrollado en Madrid (España) en año 2004.

### **Octavio Getino**

Investigador de la cultura y los medios. Director de cine y TV. Coordinador del Proyecto de "Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires". Investigador de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (Cuba). Coordinó la investigación sobre "Incidencia económica de las industrias culturales en el MERCOSUR". Profesor universitario en el Master de "Gestión y Políticas Culturales" (PARCUM-Univ. de Palermo). Autor, entre otros libros, de "Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas"; "Cine y televisión en América Latina: producción y mercados"; "Turismo: entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico".

### **Xavier Dupuis**

Investigador en el CNRS (Centre national de la recherche scientifique) y profesor asociado en la Universidad Paris Dauphine donde dirige el posgrado en « Gestion des institutions culturelles » y el grupo de estudios e investigaciones sobre organizaciones culturales (GEROC). Ha escrito numerosos libros sobre economía de la cultura, particularmente sobre el espectáculo en vivo y sobre la evaluación de políticas públicas. Entre sus obras citamos: *Economie de la culture* (volumes 1 et 4), *Les tarifs de la culture* (La documentation française), *Culture et développement, de la reconnaissance à l'évaluation et La dimension culturelle du développement : vers une approche pratique* (Presses de l'Unesco), le *Dictionnaire des politiques culturelles* (Larousse).

**Leonel Harari**

Especialista Principal Banco Interamericano de Desarrollo y Asesor en UNESCO, Alianza Global para la Diversidad Cultural. Con formación en ciencias sociales y políticas, trabaja en el BID desde 1989, luego de haber ocupado diversas posiciones en UNESCO (Paris) por once años. Su más reciente función en el BID ha sido Representante en Europa (Adjunto Interino), actualmente cumple una asignación especial del BID en UNESCO, vinculada al desarrollo de las industrias culturales en América Latina y Caribe. Es conferencista en el Instituto de Estudios Políticos de Paris. Ha hecho periodismo en TV y radio y es autor de obras de ficción (“La Nostalgia tiene Bolsillo”), ensayos y films (“Une autre façon de Naitre”). Miembro y ex-miembro de consejos de dirección de varias asociaciones de promoción de la ciencia, de la educación y la cultura y de cooperación con América Latina y del Fondo Internacional de Promoción de la Cultura. Ha coordinado recientemente un estudio del BID, aun en curso de elaboración interna del Banco, apoyado por UNESCO y el Instituto de Estudios Políticos de Paris (Sciences-Po) acerca de las vías posibles de apoyo financiero al desarrollo de las industrias culturales en los países de América Latina y el Caribe.

**Rodolfo Hermida:**

Realizador de cine documental; fue Director del ciclo “La Cápsula del tiempo 1992/2492”, programa ganador del Martín Fierro 1992 como “Mejor programa Educativo Cultural”. Profesor de realización cinematográfica en la Escuela de Arte Cinematográfico de la Municipalidad de Avellaneda. Ex Rector del Instituto de Arte Cinematográfico de la Municipalidad de Avellaneda. Desde 2002 es Gerente de Desarrollo Educativo del Instituto Nacional de Cinematografía (INCAA) y se desempeña como Coordinador Académico Facultad Imagen y Sonido – FADU de la Universidad de Buenos Aires.

**Pedro Querejazu**

Especialista en Patrimonio Cultural, consultor de UNESCO y del BID. Curador de arte y editor. Desde julio de 2001 es Coordinador

## *Economía de la Cultura*

del Área de Cultura del Convenio Andrés Bello con Sede en Bogotá, Colombia. Graduado en Artes Plásticas por la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca, Sucre, Bolivia y Graduado en Conservación y Restauración de obras de arte en Madrid, España, con estudios de Historia del Arte. Investigador del Arte Virreinal, Republicano y Contemporáneo sur andino, es autor de numerosos trabajos en la especialidad.. Editor y coautor de diversas publicaciones: “Pintura boliviana del Siglo XX”, “La placa”, “Las misiones jesuíticas de Chiquitos”, y es autor de “El dibujo de Bolivia”.

### **Sandra Rapetti:**

Master en Gestión Cultural, Universidad de Barcelona, Licenciada en Economía por la Universidad de la República (Uruguay), Postgrado de Dirección y Gestión de Organizaciones no lucrativas y de economía social, Universidad Ramón Llull, España, Diploma de Postgrado en Cooperación Cultural Iberoamericana, Universidad de Barcelona. Docente e investigadora en la Universidad de la República, Profesora Visitante de la Universidad Nacional de Río Cuarto y docente de Economía de la Cultura en el la carrera de Administración de las Artes del Espectáculo de la Universidad de Buenos Aires.

Responsable de investigaciones en el área de la gestión, el financiamiento y el relacionamiento con la sociedad de más de doscientas organizaciones comunitarias del Uruguay. Diseña y aplica el sistema de evaluación de organizaciones sociales para el Programa de Relacionamiento con la Comunidad de ANTEL. Coordinadora de la Encuesta Nacional sobre Consumo Cultural en Uruguay y en la Encuesta sobre Consumo Cultural en asentamientos de Montevideo, Universidad de la República (2002-2004) y Coordinadora en el Proyecto Alfa “Turismo cultural en América Latina y Europa: investigación, formación y desarrollo regional” por la UDELAR Fue responsable del área proyectos de “de taquito films”, productora uruguaya de ficciones para televisión, en el Museo Torres García y en el Centro Cultural Luttrell (Maldonado). Presenta ponencias en congresos de investigadores a nivel regional y mundial (en España, Canadá, Venezuela, Colombia, Chile, Uruguay,

## *Economía de la Cultura*

Argentina y Sudáfrica). Es miembro de la Internacional Society for Third Sector Research (ISTR). Ha recibido becas de la Fundación Rockefeller, de la OEI, de la OEA, de la Comisión Sectorial de investigación Científica -UDELAR, del Ministerio de Cultura de España y beca de excelencia de la Universidad Ramón Llul.

### **Héctor Schargorodsky**

Integra el Cuerpo de Administradores Gubernamentales de la Nación. Especialista en Administración y Gestión del sector Cultural, Diploma de Estudios Superiores Especializados (DESS) por la Université de Bourgogne (Francia). Se desempeñó como Director de Industrias Culturales de la Nación y como Director del Programa ESPACIOS INCAA del Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales. Dirige desde su creación en 1997 el Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, y es Subdirector del Posgrado en Administración de Artes del Espectáculo en la misma Facultad.

### **David Throsby**

David Throsby es profesor de Economía en la Universidad Macquarie, en Sydney, Australia. Graduado de la Universidad de Sydney, posee un PhD de la Escuela de Economía de Londres. Ha publicado gran cantidad de material sobre economía y las artes y la cultura, y sobre la relación entre políticas económicas y culturales. Sus investigaciones se focalizan en la demanda y oferta en las artes del espectáculo, en el rol de los artistas como agentes económicos, políticas culturales, la cultura en el desarrollo económico, sostenibilidad y capital cultural, y la economía de la conservación de la herencia cultural. Ha sido presidente de la Asociación Internacional para la Economía de la Cultura y es miembro de las juntas editoriales de Journal of Cultural Economics, Poetics, Pacific Economic Bulletin y del International Journal of Cultural Policy. Su libro más reciente, Economía y Cultura, ha sido publicado por Cambridge University Press en el año 2001, y ya ha sido traducido al español, italiano, chino, coreano y japonés.

*Economía de la Cultura*

**Alberto Urthiague:** Gerente General del Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales de Argentina